

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA

Disertación previa a la obtención del título de Economista

***Propuesta para una educación financiera desde un Banco
Privado***

Mateo Roberto Hedian Carrera

edygonsky@hotmail.com

Director: Ec. Roberto Andrade

arandrade@puce.edu.fin

Quito, noviembre de 2012

Resumen

El objetivo de la investigación se centra en el análisis de la necesidad de educación financiera para las y los consumidores de servicios financieros – caso de estudio: Banco XXX. A través de encuestas a la clientela del banco, se midió el nivel de conocimiento, habilidades y actitudes financieras del grupo objetivo. Determinando un limitado conocimiento financiero entre las personas encuestadas, las mismas que “viven el día a día”, teniendo comportamientos reactivos en situaciones de presión financiera; además, de demostrar vulnerabilidad y ausencia de metas financieras. La información recopilada sirvió para construir y proponer lineamientos importantes para el desarrollo de un Programa de Educación Financiera.

Palabras clave: Conocimiento financiero, Habilidades financieras, Actitudes financieras, Comportamientos financieros.

*A Dios por ser mi fortaleza,
a mis padres por ser mi apoyo,
a mis abuelitos por ser mi ejemplo,
a mi hermana por ser un modelo de lucha constante,
a la Julita por ser una alegría en nuestras vidas,
a mi novia porque son detalles inolvidables los que nos unen, por ser mi
compañera, mi complemento y mi confidente,
a mis amigos por haber vivido experiencias juntos a lo largo de la vida,
a Roberto Andrade por ser un guía en este caminar.*

Propuesta para una educación financiera desde un Banco Privado

Introducción.....	6
Metodología	9
Capítulo I: Fundamentación teórica	
1.1. Teoría Neo-clásica	11
1.2. Economía de la información	19
1.3. Finanzas bancarias e información asimétrica.....	20
Capítulo II: Educación Financiera	
2.1 Definición de Educación Financiera	26
2.2 Segmentos de la Educación Financiera	27
2.3 Necesidad - Los consumidores corren el riesgo por su propia ignorancia financiera.	28
2.4 Necesidad de una Educación Financiera a Nivel Microfinanciero	30
2.5 Importancia	31
2.6 Beneficios.....	33
2.7 Mercado Financiero Nacional.....	37
2.8 Recomendaciones de Educación Financiera	52
2.9 Respaldo Legal.....	53
2.10 Cultura Tecnológica Financiera	60
Capítulo III: Comportamiento y prácticas financieras en los usuarios del Banco XXX	
3.1 Metodología estadística para obtener la muestra y su representatividad.....	67
3.2 Características de la muestra	68
3.3 Análisis de los resultados de las encuestas a usuarios financieros de la Entidad Financiera	69
3.4 Resultados del Estudio de Impacto	84
3.5 Perfil financiero	88
Capítulo IV: Parámetros propuestos para un Programa Educación Financiera desde un Banco Privado	
4.1 Objetivos.....	95
4.2 Contenidos.....	95
4.3 Métodos y medios para educar financieramente.....	100
4.4 Estrategia de educación Financiera – Canales de comunicación	102

4.5	<i>Proceso educativo.....</i>	102
4.6	<i>Herramientas financieras de uso personal</i>	105
4.7	<i>Expectativas de los resultados de un Programa de Educación Financiera</i>	107
	Conclusiones	109
	Recomendaciones	112
	Referencias	114
	Anexos.....	121

Introducción

Los proyectos de Educación Financiera son nuevos, tanto así que el 75% de los programas de Educación Financiera de los Estados Unidos comenzaron a finales de los años noventa. (Financial Literacy and Education Commission, 2006: 97). Un factor importante que impulsó el desarrollo de los programas de educación financiera fue la Crisis Financiera Internacional, de los últimos años.

Es innegable el notorio interés que la educación financiera ha despertado recientemente en el mundo. Este resultado se puede atribuir a varios factores, entre ellos dos principalmente.

Primero, un rápido aumento en el número de instituciones de microfinanzas (IMF), lo que por un lado ha permitido una mayor diversificación de productos y la provisión de novedosos canales de ventas, y por otro, ha traído aparejados problemas de sobreendeudamiento y de falta de transparencia en el mercado. Segundo, la crisis financiera mundial¹ originada principalmente a causa de grandes asimetrías de información entre agentes económicos. (Gómez-Soto; 2009)

Varias décadas atrás, la única restricción compleja en cuanto a la comprensión del sistema financiero, era las distintas tasas de interés que variaban entre unos pocos bancos, tanto para los servicios crediticios como para las cuentas de ahorro. En cambio hoy en día, como resultado del acelerado desarrollo, el mercado ofrece una gran variedad de productos financieros con alto grado de complejidad; por lo que la necesidad de una Educación Financiera es latente, además de una mayor concientización para alcanzar un bienestar financiero.

Tanto la responsabilidad de cada persona consumidora como el riesgo para la toma de decisiones financieras, tienen un mayor impacto sobre el futuro de cada individuo. Un gran porcentaje de la población ecuatoriana, no está preparada para enfrentar y ser partícipes del desarrollo del sistema financiero, por lo que las decisiones no serán responsablemente las adecuadas sin una educación previa.

Pero ¿están las y los consumidores financieros preparados para afrontar riesgos y tomar decisiones responsables en un mercado financiero más sofisticado? Pues no lo están, dado que tienen una experiencia limitada frente a sistemas financieros. Sin embargo, si se comienza a educar sobre el sistema financiero y todas sus implicaciones, se estaría con conocimientos más fortalecidos y seguros para tomar decisiones, disminuyendo los riesgos que el mercado de servicios bancarios conlleva.

Cuando una persona está capacitada para tomar decisiones financieras, puede planificar y alcanzar los objetivos propuestos.

En el Ecuador, el objetivo de la Educación Financiera según la Superintendencia de Bancos y Seguros es: construir una ciudadanía más libre, formada e informada económicamente, que utilice las herramientas

¹ Como lo explica Gómez-Soto: La crisis financiera mundial resultó en gran medida por un desconocimiento por parte de los tomadores de crédito “subprime” sobre las condiciones que regían en sus contratos firmados con los bancos, y por otra, de inversores que desconocían las características de los instrumentos bursátiles comprados, originados a partir de dichos créditos. Según la OECD, “un determinante principal fue la ausencia de educación financiera; por lo que la escasa educación al consumidor [...] ha sido considerada como un causa importante en agravar los efectos de la crisis financiera mundial.”

adecuadas para la toma de una decisión responsable, reflexiva y consciente. Será una herramienta de decisión conocida como “conocimiento” para poder lograr objetivos familiares y mejorar sus hábitos de manejo de dinero.

Todas las familias sin importar su situación económica poseen objetivos a largo plazo: educar a sus hijos, adquirir una casa, ir de vacaciones, etc. Existen diferencias entre las familias tales como el ingreso económico, influye directamente en sus objetivos financieros y en el tiempo que pueda tomar para alcanzarlos. Por ello lo que se planteará es una necesidad generalizada de educación financiera, sin importar, el nivel de ingresos de cada persona.

En la trayectoria de vida de cada familia, se van a ir presentado contingencias de diferente índole como por ejemplo: enfermedades, robos, accidentes, etc.; éstos retrasarán el tiempo para alcanzar las metas financieras propuestas; al tomar en cuenta que siempre están presentes los riesgos, se puede adelantarse a los mismos y estar preparados para enfrentarlos.

Cuando una emergencia se hace presente, en ocasiones muy repetitivas la escasez de recursos y opciones al alcance, con frecuencia lleva a las personas a un estado de desesperación y a un círculo vicioso (decisiones financieras no programadas sin un previo análisis). La educación financiera es relevante para poder enfrentar emergencias inesperadas sin tener que endeudarse innecesariamente.

El conocimiento financiero es una herramienta fundamental en la vida. Los niños tienen que entender el valor del dinero y cómo interactuar con los servicios financieros proveídos por el mercado. A diferencia de los jóvenes, pueden reducir su vulnerabilidad frente a los riesgos asociados con su transición a la vida adulta y a la vez mejorar sus habilidades para administrar su dinero a medida que ingresan al mundo laboral.

Una mala práctica por parte de los intermediarios financieros, fue la abundante creación de productos financieros, sin considerar si los mismos respondían a las necesidades de las y los consumidores financieros. Por medio de la educación financiera se exige una responsable interacción entre los intermediarios financieros y su clientela según sus necesidades y propias características; por lo que también la clientela deberían comprometerse a evaluar las alternativas y seleccionar los productos más apropiados a su realidad. “La premisa es que la educación financiera puede reducir las asimetrías de información entre intermediarios y consumidores financieros.” (Gómez-Soto; 2009: 7)

El impacto que produce mayores grados de información financiera en las personas; se traduce en un mejor entendimiento y uso de los productos y servicios financieros, lo que contribuiría a un mayor ahorro, reflejándose en mejores y mayores niveles de inversión y crecimiento económico; la preparación de los consumidores más informados y responsables impulsarán a las instituciones financieras a mejorar su desempeño con el objetivo de brindar mayor satisfacción a sus clientes.

La finalidad de la presente tesis de grado es proponer un Plan de Educación Financiera desde un Banco Privado, determinando su necesidad por medio del caso de estudio en la Institución Financiera XXX, con el objetivo de analizar a los usuarios financieros. La distribución de capítulos es la siguiente:

El primer capítulo responde a una explicación descriptiva de la teoría económica que sustenta el presente trabajo de disertación de tesis. Manejando los siguientes conceptos: fallas de mercado, asimetría de información, asimetría de información bancaria y economía de la información.

En el segundo capítulo, con el objetivo de determinar los factores necesarios para una educación financiera adecuada de un grupo poblacional en específico, se procederá a definir el concepto de educación financiera, además de explicar de forma general la importancia y sus beneficios. Se detallará las recomendaciones de organismos internacionales, así como la creciente problemática de una clientela con escasos conocimientos financieros para enfrentar de forma responsable el reto de administrar su dinero.

En el siguiente capítulo (número tres) se analizará el comportamiento del grupo poblacional objetivo en su toma de decisiones financieras, por medio de un conjunto de preguntas estructuradas para determinar en primera instancia cuál es el nivel de conocimiento, habilidades y actitudes financieras. A través de una valoración metodológica se determinará cuantitativamente el comportamiento financiero, según las siguientes categorías: Liquidez financiera, Sobre-endeudamiento, Ahorro, Prevención de riesgos, etc.

Con toda la información recopilada, en el cuarto capítulo se propondrá directrices para desarrollar un Programa de Educación Financiera desde un Banco Privada, y además herramientas que cada persona debería poner en marcha con el objetivo de tener un comportamiento financiero adecuado. La información obtenida por medio de las encuestas, servirá también para proponer los componentes más importantes para ser ejecutados en el Programa de Educación Financiera.

Metodología

1. Delimitación de la investigación

La investigación se desarrolló con el estudio del mercado financiero ecuatoriano, específicamente con bancos pequeños y cooperativas dedicados al microcrédito. Para profundizar el estudio de los comportamientos financieros de la clientela, se planteó el estudio en el Banco XXX.

2. Tipo de investigación

La investigación se realizó por medio de un tipo de herramienta aplicada, aplicando encuestas a los actuales usuarios financieros del Banco en estudio.

3. Técnicas de investigación

- Análisis documental

Se realizó un estudio profundo y extenso del material bibliográfico sobre el tema; y además, de los diferentes escritos que nos permitieron un mejor entendimiento del contexto.

- Encuesta en el Banco

Se aplicó encuestas en el Banco de estudio XXX a los actuales usuarios financieros de la institución, direccionando sus preguntas para conocer en la comprensión de conocimientos y comportamientos financieros entre la clientela.

- Análisis estadístico

Por medio de la información de los resultados de los encuestas en el banco, se procedió a cruzar diferentes variables que nos ayudaron a entender numéricamente la situación financiera de la clientela.

4. Fuentes de información

Encuestas a los usuarios financieros del Banco XXX.

5. Tratamiento de la información

Bibliografía del tema y respaldo de base legal

- Se buscó y recopiló bibliografía sobre los diferentes temas del trabajo. Comenzando por la definición de educación financiera de organizaciones internacionales, bancos, fundaciones, etc.
- Se analizó lo qué está sucediendo en otros países como buenas prácticas sobre educación financiera, diferentes mecanismos de transmisión de información y distintas herramientas proporcionadas a los usuarios financieros.

- Se consolidó la información legal tanto internacional como nacional, para ver cuál era su fundamento y respaldo para impulsar una programa de educación financiera.

Encuesta en el Banco

- Se realizó encuestas en el Banco de estudio XXX a los actuales usuarios financieros de la institución.

Las preguntas de la encuesta fueron direccionadas y enfocadas con el objetivo de:

- Determinar los conocimientos y comportamientos financieros que actualmente tiene el grupo de usuarios financieros de la institución financiera XXX.
 - Estimar magnitudes relativas del escaso acceso a información que tiene el grupo poblacional objetivo
- Se procesó los datos obtenidos de las encuestas, y se desarrolló una base de datos ordenada y organizada por región, temas críticos y tipos de respuestas.
- Se analizó los resultados obtenidos y se observó los temas más críticos que deberán ser considerados para incluirlos en la campaña de educación financiera interna.
- Se propuso parámetros importantes a ser tomados en cuenta en un programa de educación financiera, utilizando la información obtenida tanto de las encuestas y direccionando los temas reconocidos como críticos para ser incluidos en el programa.
 - El objetivo de la campaña fue proporcionar información puntual y considerable para mejorar la comprensión del sistema y sus productos financieros; así como, los conceptos de dinero, ahorro, presupuesto mensual del hogar, etc. Además de desarrollar habilidades en el uso de herramientas eficientes para enfrentar las debilidades financieras que los usuarios presentan, para tomar decisiones apropiadas con una suficiente información.
- Se expuso supuestos resultados y se manifestó los beneficios que el grupo de usuarios financieros del Banco XXX podrían tener en el corto y largo plazo.

Capítulo I

Fundamentación teórica

La teoría económica Neo-Clásica, es la que utilizaremos en el desarrollo de este trabajo de tesis, comprendiendo que explica, en primera instancia la existencia de una competencia perfecta en los mercados junto con un grupo de fallas de mercados. Una falla de mercado por ejemplo es la información asimétrica, que producen resultados diferentes a los esperados además de ineficientes.

Las personas mejor informadas tendrán una ventaja comparativa frente a las que no tienen facilidad en cuanto a acceder a información, lo que les permitirá tomar mejores decisiones, así como, aprovechar las oportunidades que se presenten. Las personas menos informadas incurrir en costos al momento de quererse informar, costos que pudiesen ser evitados en el tiempo si en el momento oportuno se entregase información suficiente y de fácil comprensión.

Entonces, al existir una asimetría de información entre los participantes del mercado, produce una externalidad negativa frente a los comportamientos financieros de cada agente. La ausencia de información sobre el sistema y productos financieros produce un comportamiento ineficaz; es decir, son personas que participan en un medio que se desconoce, se generará incertidumbre, y en lugar de interactuar junto con los beneficios generados, se logra resultados ineficientes.

1.1. Teoría Neo-clásica

Sus principales expositores fueron Marshall, Walrass y Pareto.

Los neoclásicos se preocupan por los precios y no por el valor de los bienes. La idea es, que si hay una oferta y una demanda se llegará a un acuerdo mutuo, encontrando un precio justo para que ambas partes queden satisfechas y en un “punto de equilibrio”.

1.1.1. Mercados

Se describe a los mercados, como esa institución social donde se encuentran la oferta y la demanda y se forma un precio. El concepto de mercado no se restringe a un lugar real de intercambio, sino que el mercado describe todas las relaciones de intercambio independientemente del espacio y del tiempo.

1.1.2. Competencia Perfecta

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios, su “interacción recíproca de la oferta y de la demanda determina el precio” (Mochón, 1997: 157), constatando un Óptimo de Pareto², que conduce los mercados competitivos a la eficiencia económica.³

Básicamente, la competencia conduce a la eficiencia porque los individuos, cuando deciden qué cantidad deben producir de un determinado bien, igualan el beneficio marginal derivado del consumo de una unidad adicional y el coste marginal de comprarla, que es exactamente el precio que tiene que pagar; y las empresas, cuando deciden qué cantidad deben vender de un bien, igualan el precio que cobran y el coste marginal de producir una unidad adicional. (Stiglitz, 1986: 96)

Para que este proceso opere correctamente, como lo expone Pinkas Flint, en el “Tratado de defensa de la libre competencia”, el planteamiento formal de los mercados competitivos requiere que se cumplan las cuatro condiciones siguientes:

- *Atomización*: Es la existencia de un elevado número de compradores y vendedores en el mercado. Esto significa que la cantidad que cada uno de ellos demanda u ofrece, resulta tan pequeña respecto a la demanda u oferta de mercado, que su comportamiento individual no puede tener efectos perceptibles sobre los precios de las mercancías. Por ello, los productores y los compradores aceptarán los precios (precio aceptable) del mercado como datos; y no se podrá encontrar precios menores o mayores a los establecidos.
- *Homogeneidad*: Tanto compradores como vendedores deberán ser indiferentes respecto a quien compra o vende. Este supuesto implica, en realidad, que el bien comprado o vendido sea homogéneo; es decir, cada unidad de determinado bien deberá ser idéntica a cualquier otra del mismo.
- *Transparencia*: Que todos los compradores y los vendedores tengan un conocimiento pleno de las condiciones generales de mercado. Los vendedores generalmente conocen lo que los compradores están dispuestos a pagar por el bien, mientras que los demandantes saben a qué precio los oferentes desean vender. De esta manera, es posible predecir correctamente aquel precio que equilibra el mercado.

² La eficiencia económica, de acuerdo a Pareto, es aquella cuando no puede cambiarse sin que se perjudique, al menos, a una persona.

³ Sus resultados esenciales se resumen en lo que se conoce como los dos *Teoremas fundamentales de la economía del bienestar*:

A) Los mercados competitivos asignan los recursos de una forma eficiente en el sentido de Pareto – Una economía alcanza un punto de la curva de posibilidades de utilidad.

B) Una economía competitiva puede alcanzar todos los puntos de la curva de posibilidades de utilidad, siempre que la distribución inicial sea la correcta – Todas las asignaciones eficientes en el sentido de Pareto pueden conseguirse mediante un mecanismo de mercado descentralizado, o sea no es necesario que exista un planificador central.

- *Libre movilidad:* La totalidad de los agentes que participan en la producción podrán, consecuentemente, entrar y salir del mercado de forma inmediata. Si las empresas existentes no pueden imponer barreras de entrada⁴, y al no haber prohibiciones legales de apertura o de cese; la libertad de entrada y de salida asegura que los recursos productivos se puedan asignar a los sectores más eficientes. Dentro de las industrias⁵, las empresas no actúan tratando de establecer acuerdos entre ellas, es decir, no se da colusión.

Otra condición del mercado es libre, en el sentido de que no existe ningún control externo que influya sobre su funcionamiento.

1.1.3. Fallas de mercado

Son situaciones en las que no funciona correctamente el mecanismo de los precios. Es una situación, en la cual alguna de las condiciones de competencia perfecta no se cumple, y por lo tanto no se puede confiar que el mercado sin intervención alguna de terceros, alcanzará resultados Óptimos de Pareto.

Cuando ocurren estas fallas de mercado, a través de intervenciones estatales se podrán mejorar los resultados. El Estado podrá poner a disposición bienes o fijar reglas de juego adecuadas para los participantes del mercado. La intervención del Estado se podría justificar en los siguientes casos:

- La definición y garantía de los Derechos de propiedad;
- Cumplimiento de los contratos; y
- Situaciones en las que pueden ocurrir fallos de mercado.

1.1.3.1. Competencia imperfecta

Es cuando se produce una menor cantidad a un precio o costo mayor; lo que da origen a una capacidad productiva ociosa. Tal es el caso, que un solo agente o unos pocos de los que funcionan en el mercado manipulan la condición del producto y pueden afectar directamente la formación de los precios. Está asociada frecuentemente a la existencia de barreras de entrada al mercado ya sea de oferentes o de demandantes.

⁴ *Barreras de entrada:* Son los costes en los que deben incurrir las empresas que desean entrar en un sector. Estas pueden ser:

- Naturales: consecuencia de los elevados costos de producción.
- Artificiales relacionadas con:
 - o El control de una materia prima estratégica (acceso exclusivo a ciertos recursos)
 - o Patentes, determinadas técnicas de producción han sido previamente patentadas, y se le confiere al inventor el derecho de fabricar el producto en forma exclusiva, durante un tiempo.
 - o Aspectos legales. Es el caso de una empresa que obtiene una concesión estatal exclusiva en ofrecer un servicio a la comunidad o disfrute de contratos especiales del estado.

⁵ Industria: grupo de empresas que se dedican a producir un bien homogéneo.

La competencia imperfecta se manifiesta de varias formas:

Tabla 1 - Estructura del mercado

		Demanda		
		Un solo comprador	Pocos compradores	Muchos compradores
Oferta	Un solo vendedor	Monopolio Bilateral	Monopolio Parcial	Monopolio
	Pocos vendedores	Monopolio Parcial	Oligopolio bilateral	Oligopolio
	Muchos vendedores	Monopsonio	Oligopsonio	Competencia perfecta

1.1.3.2. Bienes públicos

Es aquel cuyo consumo por parte de un individuo no reduce la cantidad disponible para otro individuo.

Tabla 2 – Bienes Privados Vs. Bienes Públicos

Bienes Privados	Bienes Públicos
Existe exclusión (el precio)	No existe exclusión
Existe rivalidad en el consumo	No existe rivalidad en el consumo (no están definidos los derechos de propiedad)

Fuente: Universidad de Buenos Aires

Elaboración: Mateo Hedian

Los bienes privados se financian a través de los precios y se distribuyen por medio del mercado. Los bienes públicos se financian con el presupuesto público (impuestos) y los provee el Estado.

El mercado fracasa proveyendo bienes públicos, pues ofrecería una cantidad insuficiente o no ofrecería cantidad alguna del bien aun cuando desde el punto de vista social lo eficiente sería ofrecer una mayor cantidad o que nadie sea excluido del bien o servicio.

1.1.3.3. Externalidades

Surgen cuando el comportamiento de determinados individuos o empresas incide directamente en el bienestar de otros. Es decir, cuando el comportamiento de los agentes genera un beneficio (externalidad positiva) o una pérdida (externalidad negativa) a terceros, los cuales no pagan por dicho beneficio o no son recompensados por sus pérdidas.

Uno de las causas mayor conocidas es que no están bien definidos los derechos de propiedad.

Externalidad negativa: Cuando la producción o consumo de un bien afecta desfavorablemente en el bienestar de consumidores o productores, y esos costos externos no se reflejan en los precios de mercado.

A continuación, se mostrará matemáticamente como las externalidades están presentes en el equilibrio de mercado, donde:

En Equilibrio privado (Eq.P)

El precio (P) es igual al costo marginal privado (CMgP)

El Equilibrio social (Eq.S)

El precio (P) es igual al costo marginal privado (CMgP) más el costo marginal externo (CMgExt).

<p>Eq. P $P = CMgP$</p> <p>Eq. S $P_s = CMgP + CMgExt$</p>
--

Representando “CMgExt” el daño que está ocasionando el productor y que no está reflejada en el precio de mercado.

1.1.3.4. Mercados incompletos

Cuando los mercados no suministran un bien o un servicio, aún cuando el costo de suministrarlo sea inferior a lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Principales razones que generan un mercado incompleto:

- Asimetría de información
- Falta de incentivos
- Costos de transacción

1.1.3.5. Información imperfecta

Se refiere cuando los agentes están asimétricamente informados; es decir, cuando un comprador y un vendedor tienen información diferente sobre una misma transacción, llegando a una discriminación de precios⁶. Perjudicando a consumidores que pagarán más por el mismo bien que los demás consumidores.

Cuando los agentes económicos tienen información acerca del medio económico, a través de su comportamiento se podrá revelar información que ellos poseen, pero que no será conocida a nivel general. Este comportamiento puede ser reflejado por medio de los precios. Los agentes mejor informados pueden contener información potencialmente valiosa para la toma de decisiones o también para la pronta respuesta a una oportunidad.

Una condición necesaria para el funcionamiento eficiente del mercado es la existencia de información perfecta. Además suponiendo que los agentes conocen excelentemente la naturaleza de los bienes, servicios y factores, implica que los individuos tengan un mapa de indiferencias bien definido e identificado. Por lo que la toma racional de decisiones exige, que los agentes estén perfectamente informados acerca de los precios, es decir, que sus restricciones presupuestarias estén bien definidas.

La maximización de utilidad y beneficios en un horizonte intertemporal sólo produce resultados eficientes cuando la información disponible sobre el futuro es suficientemente abundante, de modo que los individuos pueden estar protegidos frente a todo tipo de contingencias.

La información, en muchos aspectos, es un bien público, ya que suministrar información a una persona más no supone reducir la cantidad que tienen otras. La eficiencia requiere que se difunda gratuitamente o, con más precisión, que sólo se cobre el coste real de transmitirla. El mercado privado a menudo suministra una información insuficiente. (Stiglitz, 1986: 112)

Para informarse los individuos incurrirán en costos de búsqueda. En algunos casos varios bienes tendrán un costo muy elevado para conseguir la información requerida. Por lo que el Estado podrá asegurar niveles mínimos de información como por ejemplo: etiquetados, seguridad, educación, etc.

El Riesgo Moral, es un problema de asimetría ex post es decir, se presenta luego de firmado el contrato mientras que la Selección Adversa es un problema ex ante, lo que implica que el problema de información asimétrica se da antes de ser establecida la relación contractual.

A continuación se presentan las principales características de estos problemas de información asimétrica.

⁶ Discriminación de precios, consiste en asignar precios diferentes a un mismo bien.

1.1.3.5.1. Selección adversa

Es el proceso de mercado en el cual los "malos" productos o clientes serán probablemente los seleccionados, esta situación es ocasionada debido a la existencia de una asimetría de información en la relación entre vendedores y compradores. Esta brecha de información podrá ser utilizada en provecho de una de las dos partes del contrato.

Para ilustrar los problemas de la selección adversa Akerlof analizó el mercado de los autos usados "market for lemons". Su aporte consistió en demostrar que cuando los vendedores tienen mejor información que los compradores puede ocurrir que sólo los bienes de poca calidad lleguen al mercado. El ejemplo que Akerlof demostró es: cuando la gente que compra auto-móviles usados no sabe si son auto-móviles malos o automóviles buenos. Los vendedores, por otra parte, si tienen esta información.

A un precio dado los vendedores estarán dispuestos a vender los "auto-móviles malos", guardándose los "auto-móviles buenos" para ellos. Por otro lado, los compradores aprenderán a suponer que en su mayoría los auto-móviles usados son "malos"; deprimiendo el precio de los auto-móviles usados, de tal forma que los más "buenos" se mantendrán fuera del mercado.

Para una mejor representación a continuación se explicará matemáticamente; asumiendo que un bien está disponible en dos calidades a la venta, baja y alta, λ y $1 - \lambda$. Cada comprador esta potencialmente interesado en adquirir una unidad por el mismo precio, pero no pueden observar la diferencia entre las dos calidades al momento de la compra. Todos los compradores tienen la misma valoración de las dos calidades: una unidad de baja calidad (w_L) es peor para el comprador, mientras una unidad de alta calidad es mejor $w_H > w_L$ dólares. Cada vendedor conoce la calidad de la unidad que él vende y los valores respectivamente; se representará entonces como: la unidad de baja calidad como $v_L > w_L$ dólares y los de alta calidad como $v_H < w_H$ dólares. Es decir, los que adquiriesen una unidad de baja calidad, pagarán por un bien sobrevalorado, y los que adquiriesen una unidad de alta calidad, pagarán por un valor inferior de lo que realmente su calidad representará.

1.1.3.5.2. Riesgo moral

Es una situación en el mercado en el cual los sujetos inmersos en una similar transacción, por la presencia de una asimetría de información entre las diversas partes, no están en capacidad de verificar el accionar de la otra parte contratante.

Una vez establecido el vínculo entre los sujetos sobre una misma transacción comienza lo que se denomina el Problema del Principal - Agente⁷; se deriva del hecho de que el **Principal** no puede verificar

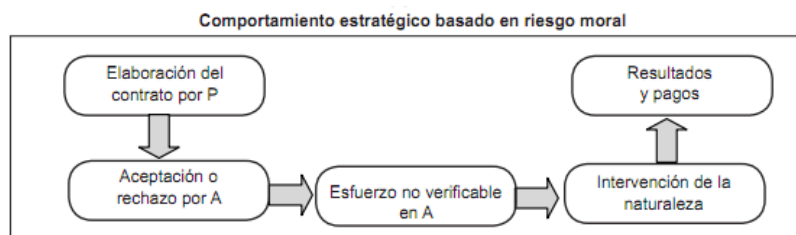
⁷ El problema del Principal – Agente se refiere a: una persona (el principal) delega la toma de decisiones a otra persona (el agente) para que actúe en nombre suyo. El problema surge cuando los intereses del agente no coinciden con los del principal. Cuando la información es difícil de obtener, el principal tendrá dificultades para observar el comportamiento del agente y comprobar si éste está actuando alineado a los intereses del principal.

o no puede observar la acción que el **Agente** realiza, además no tiene los mecanismos que le permitan controlar perfectamente el comportamiento del **Agente**. Esta incertidumbre comienza a ser un problema cuando los intereses del **Principal** no se encuentran alienados con los intereses del **Agente**, provocando resultados ineficientes. Por lo tanto “La no verificabilidad del esfuerzo tiene como consecuencia inmediata que éste no puede ser incluido entre los términos del contrato” (Macho y Pérez, 2005: 49).

Para Arrow, el concepto tiene una relación de “delegación de responsabilidad.” Por ejemplo, quienes toman un seguro pueden ser menos cuidadosos con su salud o propiedad, sabiendo que el posible costo monetario de cualquier accidente será cubierto por la empresa aseguradora. Otro ejemplo común es, cuando un individuo entrega su dinero a un intermediario financiero para que lo invierta. El intermediario analizará el mercado y decidirá la cartera del inversor. Esta decisión es verificable para el inversor. Lo que no sabe es, si esa es la mejor elección dada la información que dispone el intermediario.

En la siguiente figura se muestra el esquema general del riesgo moral, donde: P es el principal y A es el agente.

Gráfico # 1 - Esquema general del riesgo moral



Fuente y elaboración: Eduardo Antonio Cano Plata/ Carlos Alberto Cano Plata. EAN

Cuando el esfuerzo no es verificable u observable, una vez firmado el contrato, “A” realizará el esfuerzo que a él más le convenga. Dado que el pago es independiente del resultado, “A” se encuentra en una situación en la que su remuneración no depende de su esfuerzo. Por lo tanto, “A” elegirá el esfuerzo más bajo posible. La consecuencia será que P obtendrá un beneficio esperado inferior al correspondiente a la situación de información simétrica, ya que el esfuerzo será distinto del esfuerzo eficiente.

1.1.4. Transparencia de información

Es información actual, amplia y suficiente que se debe brindar a todos los agentes para la toma de decisiones, con relación a las operaciones y servicios que deseen contratar y/o utilizar con las instituciones financieras; promoviendo la participación ciudadana e impulsando la equidad. (SBS, 2008: 1)

En la economía, un mercado es transparente si:

- Se sabe qué productos, bienes o servicios están disponibles
- A qué precio
- En qué lugar
- Bajo qué condiciones

1.2. Economía de la información

La economía de la información estudia los problemas relacionados con la existencia de información asimétrica entre dos agentes económicos.

Son diversas las complejidades que pueden surgir del hecho de que la información sea: nueva o vieja, puede ser desmedidamente incierta, incompleta, parcial, prejuiciada, engañosa, costosa, disponible para algunos y no para otros, o dar lugar a expectativas, justificadas o injustificadas, sobre variados temas futuros.

En los mercados económicos la información ni es instantánea ni gratuita, sino al contrario es incompleta, costosa y además se distribuye de forma asimétrica, es decir, que una de las partes contratantes dispone de información exclusiva y está en condiciones de utilizarla a su favor.

1.2.1. La información asimétrica y los precios

Hayek escribió un artículo en 1945, que expuso sobre: "El uso del conocimiento en la sociedad", explicando que los precios del mercado desempeñan un rol informativo. Además los precios son interpretados casi exclusivamente como eficaces incentivos para que los individuos tomaran decisiones económicas coherentes, teniendo presente la escasez de recursos. Los precios son como "resúmenes de información" (o estadísticas suficientes).

Grossman y Stiglitz argumentan que: "un contexto de información costosa es capaz de producir situaciones de ignorancia y problemas de información. [...] Entonces es precisamente cuando la información es costosa que los precios no pueden cumplir eficazmente un rol informativo." (Thomsen, 1989: 4)

1.2.2. La ignorancia en la "Economía de la información"

La información es tratada como un bien costoso que, debe ser economizado. En consecuencia los agentes del mercado tendrán "una ignorancia que habrán dejado deliberadamente sin erradicar." Se mantiene una ignorancia continua en el mercado "porque los beneficios de la información adicional no

compensan los costos de su adquisición”; pero, para tomar correctamente estas decisiones de adquisición de información, los agentes deben saber antes, qué es lo que ignoran, qué es lo que pueden aprender, sus costos y beneficios; en otras palabras, estar conscientes de lo que desconocen.

Kirzner (1985 citado en Thomsen, 1989: 13) determina que:

La ignorancia deliberada u óptima, como el resultado de una decisión deliberada de un individuo optimizador de no adquirir más conocimiento, [...] luego de haber pesado los costos y los beneficios de una unidad adicional. Éste surge de situaciones en que los agentes no han percibido por completo las alternativas a su disposición [...] y no han notado la rentabilidad de dedicarse a buscarlas. Esta ignorancia se debe a la falibilidad y falta de perspicacia del individuo.

1.3. Finanzas bancarias e información asimétrica

En el siguiente apartado, se procederá con una breve introducción al tema financiero, para posteriormente continuar con el tema: información asimétrica en las finanzas bancarias.

1.3.1. ¿Qué es un banco y qué hacen los bancos?

Según Freixas y Rochet (1997: 1) exponen en su publicación *Economía Bancaria*, que “Un banco es una institución cuyas operaciones habituales consisten en conceder préstamos y recibir depósitos del público.” La importancia del sector bancario es la financiación de los préstamos por medio de los depósitos del público.

1.3.2. Funciones de los bancos según Freixas y Rochet

- *Facilitan el acceso a un sistema de pago.* – Por medio del dinero fiduciario, el cual facilita el intercambio de bienes y servicios por dinero. Siendo éste un sistema que garantiza su valor por una institución y es aceptado como medio de pago.
- *Transforman activos.* – (1) La conveniencia de la denominación: desempeñan el papel de intermediarios recibiendo los pequeños depósitos e invirtiéndolos en grandes préstamos. (2) La transformación de calidades: Se produce cuando emitiendo un título propio, un banco ofrece una mejor combinación de riesgo y rendimiento que vendiendo una cartera de préstamos. También puede ocurrir en una situación de información asimétrica, en la que los bancos tienen mejor información que los depositantes (3) Transformación de vencimientos: Es la transformación de los títulos de corto plazo, ofrecidos a los depositantes, en los títulos a largo plazo que desean los prestatarios. Implicando un riesgo, ya que los activos de los bancos no son líquidos. (Freixas, y Rochet; 1997: 6)

- *Gestionan el riesgo.* - Los préstamos que realizan los bancos son generalmente arriesgados, ya que entran en juego tanto la aversión al riesgo como el riesgo moral. Una de las funciones más importantes es la evaluación del riesgo y la estimación de rendimientos. (Freixas, y Rochet; 1997: 7)
- *Procesan la información y supervisan a los prestatarios.* – Es razonable suponer que los bancos desempeñan una función específica en la gestión de ciertos problemas que plantean la información imperfecta sobre los prestatarios. Los bancos pueden invertir en tecnología informática que les permita seleccionar las diferentes demandas de préstamos que reciben y supervisar los proyectos, con el fin de limitar el riesgo o que el prestatario realice un proyecto diferente del que se acordó inicialmente. (Freixas, y Rochet; 1997: 9)

A continuación se expondrá el Modelo de equilibrio general del tipo *Arrow Debreu* (Freixas y Rochet, 1997: 12), pero con un sector bancario. Así, simplificaríamos el mercado financiero para una mejor comprensión.

Este sencillo modelo expone las decisiones financieras de los agentes económicos que se representan por medio del conocido “*diagrama de flujo*”.

Supuestos:

- Los mercados financieros son completos;
- Hay una empresa representativa, un consumidor representativo y un banco representativo; y
- Para simplificar el análisis no se tomará en cuenta el sector público (el Estado ni el Banco Central)

La representación de cada agente y transacción será de la siguiente manera:

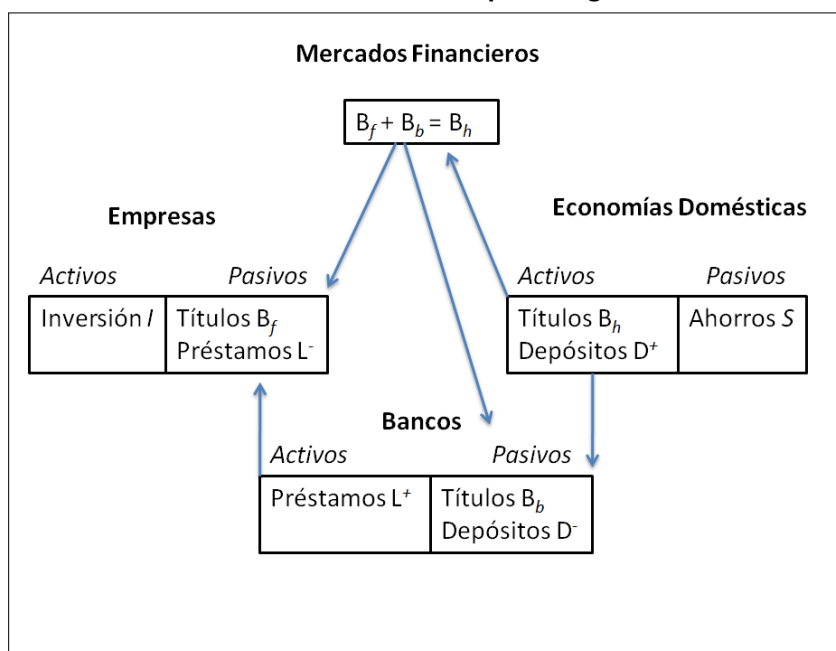
Cada agente está representado por un subíndice:

f - las empresas;
 h - las economías domésticas;
 b - los bancos.

 El superíndice:

+ representa una oferta; y
 – representará una demanda

Gráfico # 2 - Modelo de equilibrio general⁸



Fuente y elaboración: Freixas y Rochet

1.3.3. Información asimétrica

Dentro de las aplicaciones de la microeconomía a las finanzas, se encuentra la economía de la información, referente a la asimetría de la información, y que conlleva a la incertidumbre sobre los resultados futuros.

La existencia de información asimétrica en los mercados financieros también crea el problema de riesgo moral y de selección adversa, cada una de estos factores será un potencial procedencia para conducir que los mercados financieros sean la ineficientes e inestables.

1.3.3.1. Selección adversa

Este problema en los mercados financieros, normalmente se refiere a que los prestamistas obtienen conocimiento incompleto o limitado de la solvencia o calidad crediticia de los prestatarios.

⁸ *Interpretación:* En el gráfico # 1, se logra visualizar con gran facilidad el mercado bancario excluyendo al Estado para una mejor comprensión del tema. Donde el mercado financiero está compuesto por la sumatoria de títulos de las empresas (f) y los bancos (b), que iguala a los títulos de las economías domésticas (h).

Se comienza el ciclo cuando las economías domésticas introducen sus títulos en forma de una oferta (+) de depósitos al mercado financiero, es decir depositan en el banco una porción de su ingreso y la diferencia del mismo se mantiene como ahorro (s). El banco recibe como pasivo estos depósitos y coloca en forma de préstamos en las empresas, las mismas que anotan en su balance general como pasivos. Este préstamo será considerado como inversión para la empresa.

1.3.3.2. Riesgo moral

En el caso del riesgo moral, ocurre justo luego de haber sido seleccionado el prestatario, significando que existe un riesgo de que se utilice el dinero en actividades diversas a las que el banco en el pre-estudio del préstamo calificó, por causa de incentivos a invertir en otras actividades más lucrativas pero a la vez más riesgosas.

1.3.4. Información asimétrica en las finanzas bancarias

Una de las características principal de los bancos, es que se ocupan de títulos no negociables: préstamos. Es en este punto, donde se distinguen las asimetrías de información: si los prestamistas dudan de la solvencia crediticia de los prestatarios, confiarán más en los que conocen mejor (por ejemplo: a los que gestionan sus cuentas corrientes y sus carteras de títulos) conociendo sus saldos promedios y la manera que cada persona individualmente maneja sus cuentas, así mismo que tan buen pagador es el cliente. En la misma posición se encuentran los depositantes, dado que no conocen con certeza como sus fondos van a ser manejados, aún menos con qué nivel de riesgo estos ahorros serán invertidos.

Los bancos, están en la mejor posición para resolver el problema de la asimetría en la información. Pues, podrán establecer relaciones de largo plazo con sus clientes, conocer su comportamiento a través de los movimientos de sus cuentas bancarias, como también pueden utilizar la persuasión de cortar el crédito a un cliente si no se comporta como desean, induciendo comportamientos deseados.

Boyd y Prescott (1986) consideran una economía formada por dos tipos de agentes (Empresarios) dotados de un proyecto bueno o uno malo. Cada uno conoce la calidad de su proyecto. En condiciones de información perfecta, sería óptimo llevar a cabo todos los proyectos buenos, algunos de los malos y dejar que el resto de los agentes dotados de proyectos malos inviertan en los proyectos buenos. Una coalición de agentes (un intermediario financiero) podría obtener mejores resultados, ya que el grupo podría permitir la subvención cruzada, reduciendo los rendimientos de los tipos buenos y aumentando los rendimientos de los proyectos malos, de tal forma que cada agente tuviera un incentivo para revelar sinceramente la característica de su proyecto. De esta forma las coaliciones de los agentes heterogéneos pueden mejorar el resultado de equilibrio de mercado. (Boyd y Prescott, 1986 citado en Freixas y Rochet, 1997: 34-35)

1.3.5. La supervisión y las fallas de mercado

En un contexto de información asimétrica, la supervisión podría mejorar claramente la eficiencia de los contratos entre los prestamistas y los prestatarios. Por lo tanto se actuará respecto a las ineficiencias que presentan las fallas de mercado. Sin embargo, los bancos pueden influir en el esfuerzo de los empresarios por medio de las actividades de supervisión. Según Freixas y Rochet (1997, 9) la supervisión se tomará en cuenta en los siguientes puntos:

- Seleccionar los proyectos (a priori) en un contexto de selección adversa;
- Impedir la conducta oportunista del prestatario durante la realización del proyecto (riesgo moral); y
- Castigar o auditar a un prestatario que no cumple sus obligaciones; éste es el contexto de la verificación costosa de los estados de la naturaleza.

1.3.6. Los contratos entre el prestamista y el prestatario

Cuando un banco concede un préstamo a un prestatario, ambas partes normalmente firman un contrato. Sería ideal especificar en dicho contrato todas las posibles obligaciones de las dos partes en todas y cada una de las futuras contingencias posibles (estados de la naturaleza)⁹ y cada uno de los periodos intermedios, los temas serían según Freixas y Rochet (1997: 113):

- La cuantía de la devolución;
- El tipo de interés de la deuda;
- Un posible ajuste de la garantía exigida por el prestamista; y
- Las acciones (decisiones de la inversión) que va a emprender el prestatario.

No es posible explicar todas las características de los préstamos bancarios en los contratos. Y en la práctica no se ven contratos completos. Llegando a la conclusión de que “los contratos deberán concebirse de tal forma que limiten la tendencia de los agentes a comportarse ineficientemente.”

1.3.7. Los costes de información

Cuando los bancos toman la decisión sobre conceder un crédito, utilizan información tanto sobre el posible prestatario como sobre las características de las empresas pertenecientes a la misma industria (en el caso que el préstamo sea una empresa) o las características de personas similares (en el caso de los préstamos personales). Estos datos, son públicos y pueden ser suministrados por el mercado o por una institución oficial. La reciente disminución del coste de procesamiento de la información, gracias al abaratamiento y mayor eficiencia de la tecnología informática, ha mejorado la calidad de esta información. En algunos países los prestamistas ponen en común esta información sobre las economías domésticas creando agencias que facilitan información sobre la solvencia crediticia llamadas “credit bureaus”¹⁰.

⁹ Cuando la información es perfecta, se obtiene el contrato óptimo.

¹⁰ “Los burós de créditos, son componentes fundamentales de un sistema financiero robusto en virtud de que la información crediticia referente al cumplimiento de las obligaciones de las personas que coleccionan de entidades financieras y otras empresas, es comúnmente utilizada por los oferentes de crédito al evaluar las solicitudes de crédito de sus clientes. [...] el objetivo es proporcionar información crediticia lícita, veraz, exacta, completa y actualizada, de forma tal que responda a la situación real del titular de la información en determinado momento. [...] los reportes emitidos sirven para identificar adecuadamente a los deudores, conocer su nivel de endeudamiento y riesgo crediticio, ayudando al monitoreo de la salud de la economía y el riesgo financiero.” (SBS; 2005: Art. 2)

1.3.8. La regulación de los bancos

“La regulación pública se justifica alegando que hay fallos en el mercado que pueden deberse a (1) a la presencia de poder de mercado, (2) a la importancia de las externalidades o (3) a la información asimétrica entre los compradores y vendedores.” (Freixas y Rochet; 1997: 314)

La teoría general de la regulación se ocupa de la elaboración de normas de regulación óptimas. El objetivo de la regulación de los bancos es: “garantizar el desarrollo de una red de seguridad para los depositantes y promover en los bancos una política sólida de inversión.” (Freixas y Rochet; 1997: 315)

Los instrumentos reguladores relacionados con la seguridad y la solidez que se utilizan en el sector de la banca podrían clasificarse en seis grandes tipos:

- La eliminación de los tipos de interés máximos de los depósitos;
- La restricción de la entrada, de la creación de sucursales, de las redes y las fusiones;
- Las restricciones relacionadas con la cartera, los coeficientes de reserva;
- El seguro de depósito;
- El coeficiente de capital; y
- La supervisión reguladora.

Todos estos elementos teóricos son los que permitirán una mejor comprensión del tema de investigación; así como, determinar una relación entre el objetivo de estudio y sus componentes empíricos.

Con la existencia de asimetría de información, donde un sujeto conoce mayor información que otro sujeto y por ende se obtienen decisiones ineficientes, atadas todas estas a diversas consecuencias. La ausencia de información pertinente y clara para la comprensión del usuario financiero, ha colocado en una situación de vulnerabilidad lista para contrarrestarla junto con educación financiera. Pero, qué significa educación financiera o cuál es la importancia de este concepto. A continuación, en el siguiente capítulo se presentará una descripción ampliada del término y todas sus aplicaciones desde la situación financiera personal hasta sus implicaciones con el sistema Financiero.

Capítulo II

Educación Financiera

Para introducir el tema de educación financiera en el presente trabajo, se empezará precisando el término como un consenso entre algunas definiciones de distintas organizaciones; se detallarán algunas características básicas del tema, así como su necesidad, importancia de una educación financiera. De igual manera, se expondrá algunas recomendaciones internacionales de la educación financiera.

2.1 Definición de Educación Financiera

2.1.1 Definición de Bansefi (Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros)

La educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos: a) tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, y b) utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza.

2.1.2 Definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

El proceso por el que los inversores y consumidores financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y tomar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero.

Considerando que:

- Información, se refiere a proporcionar a los consumidores con hechos, datos y conocimientos específicos para que sean conscientes de las oportunidades, opciones y consecuencias financieras;
- Enseñanza, consiste en garantizar que las personas adquieran las habilidades y la capacidad de entender los términos y conceptos financieros, a través de capacitaciones; y
- Asesoramiento, consiste en proporcionar a los consumidores consejos sobre asuntos financieros y de productos a fines, para que puedan hacer el mejor uso de la información financiera.

2.1.3 Definición de la Comisión de Educación Financiera de Estados Unidos

La educación financiera consiste en “proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras”.

2.1.4 Definición de la Comisión de Comunidades Europeas

La educación financiera permite a los individuos mejorar su comprensión de los conceptos y productos financieros y adquirir las competencias necesarias para mejorar su cultura financiera, es decir, para ser consciente de los riesgos y oportunidades, y tomar decisiones con conocimiento de causa a la hora de elegir servicios financieros. Se trata de una tarea permanente que se extiende a lo largo de toda la vida de una persona. La educación financiera es un complemento de las medidas destinadas a asegurar que los consumidores tengan acceso a la información, la protección y el asesoramiento adecuados. La suma de estas políticas contribuye a capacitar a los consumidores para tomar las mejores decisiones según sus circunstancias financieras.

2.1.5 Definición de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador (SBS)

La educación financiera permitirá al usuario comprender sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero; el Rol de la SBS, del sistema financiero; que le permita tomar decisiones informadas y defender sus derechos de tal manera que facilite su participación social activa y responsable.

En las distintas definiciones existe un común denominador: la educación financiera consiste en la transmisión de conocimiento, desarrollo de habilidades y actitudes orientadas a mejorar la toma decisiones informadas de los hogares en materia financiera. Uno de los objetivos de la educación financiera es producir un cambio de comportamiento de los agentes económicos en búsqueda de un bienestar económico; además, del fomento de responsabilidad frente a nuestras decisiones y obligaciones financieras.

2.2 Segmentos de la Educación Financiera

La educación financiera no es simplemente un concepto refiriéndose a temas específicos con el dinero, la economía o los asuntos financieros. Sino que, según Microfinance Opportunities (citado en Gómez-Soto, 2009: 8) además que tiene relación con los siguientes términos:

- *Educación financiera*: Transmite conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para que la gente pueda adoptar buenas prácticas de manejo del dinero para la generación de ingreso, gasto, ahorro, endeudamiento e inversión.

En el caso del alfabetismo financiero, se comprenderá en primera instancia qué “no” es, para luego seguir con su correcta definición.

- *Analfabetismo Financiero*: Es la falta de comprensión de conceptos financieros básicos y por ende el mal uso de instrumentos financieros, así mismo, prácticas erróneas en materia financiera.
- *Alfabetización financiera*: Es la habilidad de tener un juicio informado y tomar decisiones efectivas sobre el uso y manejo del dinero. Además es la adquisición de comportamientos adecuados de los consumidores para prevenir acumulación excesiva de deuda; y promover una cultura de ahorro e inversión segura.
- *Capacidad financiera*: se constituye como un conjunto de conocimientos, habilidades y comportamientos que permite que la gente ante diversas opciones tome una decisión financiera informada en situaciones del mundo real. Según Orton (2007: 7) es: “El desarrollo de conocimiento y habilidades relevantes que permita a una persona llevar a cabo las decisiones económicas de la vida y las acciones con confianza y competencia”

2.3 Necesidad - Los consumidores corren el riesgo por su propia ignorancia financiera.

Según el Plan Nacional de Educación Financiera de España (2008: 13):

La complejidad de los nuevos productos, la competencia entre entidades como consecuencia de la globalización, la transferencia de riesgos hacia los individuos y las familias, entre otras causas, contribuyen a que los ciudadanos, de un modo u otro, sea cual sea su nivel de renta, de educación, o el estrato social o laboral al que pertenezcan, se vean obligados a tener que asumir responsabilidades en relación con su presente y futuro financieros, tanto en la toma de decisiones como en la gestión de los riesgos asociados.

Los conocimientos financieros de los consumidores han quedado ampliamente superados por la evolución de los mercados financieros. Según La Comisión Nacional de Mercado de Valores de España: “la educación financiera es una de las vías más eficaces para alcanzar adecuados niveles de protección al consumidor.”

Además, La Comisión argumentó que: “los consumidores tienen una cultura financiera insuficiente.” Existiendo grandes lagunas de conocimientos financieros de los consumidores. Lo que refleja en breves rasgos: un endeudamiento excesivo, falta de ahorro para el futuro, uso improductivo de las remesas y la

poca claridad sobre los beneficios que ofrece los préstamos para realizar una inversión en actividades productivas, adquisición de activos, o la educación de los hijos.

Según la OECD (2005: 27), indica que muchos consumidores no tienen un adecuado respaldo financiero así como una considerable comprensión. Por medio de su programa “Improving Financial Literacy” ha concluido que la comprensión financiera es relativamente baja entre los consumidores de los países miembros de la OECD, especialmente la de los menos educados y los que se encuentran en el menor quintil en cuanto a renta se refiere.

Cuadro 1 – Diez signos que indican problemas financieros

1. Efectuar solamente el pago mínimo en sus tarjetas de crédito;
2. Cargar a sus tarjetas de crédito más de lo que paga mensualmente;
3. Utilizar anticipos en crédito y en efectivo para productos que solía comprar en efectivo;
4. Tener un saldo de tarjeta de crédito que raramente disminuya;
5. Estar en el límite de o cerca del límite de crédito y solicitar nuevas tarjetas;
6. Necesitar un préstamo de consolidación para pagar una deuda existente;
7. No saber el monto total de su deuda;
8. Experimentar signos de ansiedad o estrés cada vez que utilizas sus tarjetas de pago;
9. Utilizar sus ahorros para pagar las deudas; y
10. Pagar las facturas fuera de la fecha indicada.

Fuente: Consumer Credits Counselling Service.

Elaboración: Mateo Hedian

La necesidad de Educación Financiera se ha vuelto una causa de suma preocupación de los gobiernos por varias razones; en primera instancia, el incremento de uso de las tarjetas de crédito ha contribuido a que las personas no puedan pagar en su totalidad sus deudas y están siendo cubiertas por otras deudas, lo que ocasiona un retardo de pago de los pasivos; pero, así mismo un incremento de riesgo de quiebra.

“El incremento de la competencia de proveedores de tarjetas de crédito ha contribuido que las personas cada vez más jóvenes tengan deudas más altas.” (Orton, 2007: 5)

La falta de educación financiera fomentan el uso de servicios financieros informales (ahorro bajo el colchón, solicitud de crédito a prestamistas o chulqueros), con frecuencia desventajosos y a costos elevados. Una deficiente capacidad para administrar el dinero conduce a los prestatarios a incurrir en atrasos mientras tratan de hacer malabares con sus cronogramas de pago, administrando deudas cada vez más grandes. El resultado es el fracaso en el uso eficaz de los diferentes servicios financieros formales.

2.4 Necesidad de una Educación Financiera a Nivel Microfinanciero

La creciente madurez del sector microfinanciero está generando una proliferación de proveedores de servicios financieros, cuyo mercado objetivo se extiende a la población de bajos ingresos¹¹.

Como efecto al incremento de Instituciones MicroFinancieras (IMF) y el gran desarrollo de las mismas, se muestra una tendencia a la diversificación de productos (microseguros, microahorro, transferencias, entre otros) y uso canales novedosos (corresponsables no bancarios y banca móvil), que solo podrán ser explotados a partir de mayor conocimiento y el desarrollo de habilidades financieras. A su vez, la expansión de las IMF en el mundo ha traído consigo “problemas de sobre-endeudamiento y de una creciente falta de transparencia en el mercado, que demandan con urgencia no solo mejores sistemas de defensa del consumidor, sino también de clientes mejor informados.” (Gómez-Soto, 2009: 9)

Aunque en el presente los pobres tienen acceso a más instituciones financieras y a una mayor variedad de productos en comparación al pasado, muchos no están ejerciendo su poder de elección.¹²

Según el Programa de Alfabetización Económica y Financiera (PAEF) perteneciente al Banco Central de la República de Argentina, la educación financiera tiene gran importancia porque:

Al contribuir con la educación, contribuimos al bienestar de toda la sociedad, individuos e instituciones. Porque hemos descubierto que el nivel de conocimiento de niños, jóvenes y también de algunos adultos, sobre el sistema económico y financiero es mínimo y ello va en detrimento del ejercicio de sus derechos y posibilidades de bienestar personal.

Sin embargo, la necesidad comienza siempre y cuando los consumidores estén convencidos de la importancia de la educación financiera en sus decisiones financieras, que influenciarán a lo largo de sus diferentes etapas de vida. Por eso, el primer paso es sensibilizar a los usuarios financieros de la necesidad de una comprensión adecuada del mercado financiero.

Entre las recomendaciones de las “Estadísticas de consultas y reclamos SAC-QUITO”, 2009. De la Superintendencia de Bancos y Seguros, se expone que:

Partiendo del hecho que el usuario financiero que maneja los productos que las IFIS comercializan, no tienen el suficiente conocimiento para actuar de manera preventiva, identificar los riesgos y aplicar el debido cuidado, es imperativo, poner en marcha el programa de educación financiera a fin que los clientes conozcan con claridad sus derechos, las oportunidades de financiamiento para mejorar su nivel de vida, haciendo buen uso de las potencialidades propias, de los productos y servicios que otorga el sistema financiero.

¹¹ El objetivo de los Microcréditos definido por Eumed consiste: en la provisión de una variedad de servicios financieros [...] a familias pobres que no tienen acceso a los recursos de las instituciones financieras formales, banca comercial o de otras instituciones públicas.

¹² Según Microfinance Opportunities: los consumidores siguen fieles a su proveedor de siempre, sea éste formal o informal, incluso cuando tienen cerca un mejor servicio o más apropiado. Lo que parece ser un reflejo claro de la falta de información de los clientes respecto a las opciones existentes, así mismo como la poca capacidad de discernimiento para hacer una elección justificada.

2.5 Importancia

Los servicios financieros constituyen un sector en rápida evolución. Los avances tecnológicos, los nuevos canales de distribución electrónica y la integración de los mercados financieros han aumentado la gama de servicios que se ofrece y las maneras en que están disponibles; sin embargo, para muchos ciudadanos, los productos son desconocidos y complejos. “Las asimetrías en la información siguen siendo significativas: incluso productos financieros relativamente simples pueden parecer bastante complejos a un ciudadano medio que tenga poca o ninguna educación financiera.” (Commission of the European Communities, 2007)

La educación financiera contribuye por un lado a que, las familias y los individuos ajusten sus decisiones de consumo de productos financieros a su perfil de riesgo, a sus necesidades y a sus expectativas. Además, de permitirles evaluar las alternativas y seleccionar los productos más apropiados a sus realidades, creando actitudes responsables y fomentando el uso de servicios acoplados a sus realidades.

La importancia de la educación financiera ha crecido en los años recientes, como resultado de un desarrollo tanto de los mercados financieros y la demografía, como cambios económicos y políticos. Los mercados financieros se han convertido más sofisticados y nuevos productos más complejos están siendo ofertados. Los consumidores se enfrentan ahora a una mayor variedad de productos financieros como: los créditos e instrumentos de ahorro. Agregando a esta situación, la proliferación de las instituciones financieras.

Por medio de documentos provenientes de Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y la OECD; se ha establecido la referencia a varios factores que explican el constante incremento de la importancia de educación financiera:

2.5.1 Constante cambio de la situación demográfica

Las generaciones actuales tienen menos hijos que sus padres; es por esto que, en un futuro va a ver menos “trabajadoras y trabajadores” aportando al sistema de seguridad social y además que soporten a un gran número de personas mayores retiradas. Al mismo tiempo, la expectativa de vida se ha incrementado, es así que las generaciones de la juventud, van a disfrutar mayor tiempo de su retiro que las generaciones anteriores, entonces el sistema deberá mantenerlos por mayor tiempo.

En estas circunstancias resulta importante promover entre el público un mayor conocimiento de los instrumentos de previsión complementarios y alternativos.

2.5.2 Complejidad de los productos financieros

Los consumidores tienen a su alcance nuevos instrumentos financieros (productos de seguros, préstamos, programas de ahorro, programa de ahorro futuro, crédito hipotecarios, créditos quirografarios, etc.) con diversidad de comisiones, gastos, rendimientos, plazos de vencimiento, tasas de interés, opciones de pago, etc. que plantean notables dificultades de comprensión, lo que se traduce en expectativas inadecuadas sobre el producto y dificultades para evaluar su eficiencia frente a las necesidades financieras individuales.

La gama de productos financieros se han vuelto mucho más complejos. Alan Greenspan expuso:

Ahora el mundo de las finanzas es más complejo comparado con el de generaciones pasadas. Cuarenta años atrás, era suficiente una simple comprensión en saber mantener una cuenta corriente o de ahorros [...] hoy en día, los consumidores deben estar preparados en diferenciar entre una gran variedad de productos y servicios financieros, de igual forma de quién los provee.

Estos productos incorporan una serie de características, beneficios, obligaciones y costos, con los cuales aquellos que no tienen mayor experiencia con bancos podrían no estar familiarizados. “Para poder beneficiarse realmente con esta mayor variedad de opciones, los usuarios financieros deben tener la capacidad de comparar eficazmente las características de cada opción y de tomar decisiones informadas.” (Microfinance Opportunitie, 2005: 2) Por lo que la complejidad de productos financieros, exige a nivel general a una persona mucho mejor informada para que pueda acceder y además beneficiarse de ellos.

2.5.3 Avances tecnológicos

La tecnología en conjunto con el Internet ha incrementado la cantidad de información sobre los productos que ofrece el sistema financiero. Así, como la tecnología de la información y las telecomunicaciones han hecho posible adaptar los productos a mercados específicos. La banca electrónica facilita un mayor acceso a los nuevos servicios financieros.

Además del “incremento del número de consumidores, la introducción de nuevas tecnologías para entregar diferentes servicios financieros ha creado un ambiente complejo, y como consecuencia han dado lugar a una comercialización más agresiva y de mayores fraudes.” (Orton, 2007: 5)

Cuadro 2 – Evolución de la situación financiera

- Más productos financieros;
- Productos con mayor nivel de complejidad;
- Mayor cantidad de intermediarios financieros;
- Nuevas Tecnologías;
- Sobrecarga de información financiera; y
- Una reciente crisis financiera internacional.

Fuente: OECD

Elaboración: Mateo Hedian

Hoy en día las aptitudes para usar un crédito y el manejo de dinero efectivamente de los consumidores, son habilidades y herramientas fundamentales de vida. La falta de educación financiera puede provocar que los consumidores enfrenten situaciones desfavorables, y hablando de niveles mayores, provocarían crisis con repercusiones en todo el sistema financiero y la economía nacional.¹³ El conocimiento financiero esencial y las habilidades necesarias son esenciales para manejar créditos y prevenir excesos de deuda.

Existe una necesidad de establecer mejores estándares de regulación y códigos internacionales de conducta en el proceso de comercialización de servicios financieros. Además, una efectiva educación financiera y campañas de conscientización serían un vínculo complementario para que cada persona entienda sobre los productos financieros y por ende los riesgos que se presentan con frecuencia en el mercado; de esta manera, se logrará que las personas tomen decisiones según las circunstancias personales.

2.6 Beneficios

El secretario general de la OECD - Donald Johnston explicó: “La educación financiera es importante para ambas partes: la seguridad financiera individual y la seguridad financiera de una nación”

En el plano individual, la educación financiera contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas, ya que proporciona información pertinente y clara, que da lugar a un mayor y mejor uso de los productos y servicios financieros, así también, herramientas primordiales para la toma de decisiones para la administración de los recursos financieros. Referente a la economía nacional, “usuarios con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.” (BANSEFI, 2007) Y,

¹³ La crisis financiera Internacional del año 2008 fue provocada por la ausencia de educación financiera entre los usuarios del sistema financiero, lo que conllevó a la toma de decisiones descontroladas y desinformadas. Por lo que las instituciones públicas y privadas han tomado mayor consciencia de la necesidad de una profunda campaña de educación financiera. (Gómez-Soto, 2009: 8)

finalmente, “fomenta la cultura del ahorro” (Gómez-Soto, 2009: 8), lo que por medio del aumento de confianza en el sistema financiero, añade liquidez adicional a los mercados de capitales, aspecto clave para la promoción del crecimiento, el empleo y el bienestar social.

Visto desde otra perspectiva, “la educación financiera es una inversión *doble* que lleva al beneficio tanto de los clientes como de los proveedores de los servicios financieros. Al adquirir conocimientos, habilidades y comportamientos adecuados, las/los usuarios demandan servicios apropiados a sus necesidades, lo cual da lugar a tasas de morosidad más bajas”¹⁴. Ajustando a que las familias e individuos puedan tomar sus decisiones de inversión y de consumo de productos financieros a su perfil de riesgo y expectativas, lo que favorece la confianza y estabilidad del sistema financiero. Desde una perspectiva más comercial, los intermediarios financieros tendrían un mejor conocimiento de las características de la clientela; un cliente informado representa mejores perspectivas, dado que, potencia el desarrollo de nuevos productos y servicios de mayor calidad, la competencia entre mercados y proveedores, y por último la innovación financiera.

2.6.1 Beneficios de los consumidores financieros

La educación financiera beneficia a los individuos en todas las etapas de la vida, independientemente de su nivel de renta.

A los niños se les hace comprender el valor del dinero y del ahorro; para los jóvenes adultos que recién empiezan su vida laboral, puede proveer herramientas básicas y prepararse para vivir de manera independiente; en cambio, a los adultos les ayuda a manejar presupuesto, planificación de decisiones básicas (compra de una vivienda, el mantenimiento de una familia, el financiamiento de los estudios de sus hijos) y créditos responsables, así los gastos y deudas pueden mantenerse bajo control. Finalmente en la última etapa de vida –adultos mayores- la educación financiera ayuda a asegurar un suficiente ahorro para un retiro confortable. Las familias adquirirán disciplina de ahorrar para alcanzar objetivos financieros. Además, puede ayudar a los ciudadanos a hacer las provisiones necesarias para hacer frente a situaciones imprevistas y a invertir juiciosamente.

La educación financiera contribuye al bienestar del consumidor, ayudándolo a ser cada día usuarios mejor informados. Estar mejor informados implica, adquirir dicha información (conocer dónde conseguirla) y, además, analizar la información (entender la información y usarla en la toma de mejores decisiones financieras)

¹⁴ Así pueden evitarse, o al menos atenuarse, situaciones como las que se han dado en el mercado estadounidense de las hipotecas de alto riesgo en 2007, con las consiguientes repercusiones más amplias en los mercados financieros mundiales. (Commission of the European Communities, 2007)

Los problemas de deudas son, en su mayoría, por la ausencia de educación financiera básica. Los consumidores no están informados totalmente sobre los productos crediticios. [...] con un conocimiento financiero y crediticio, los usuarios financieros entenderán cómo manejar eficientemente sus tarjetas de crédito, y cómo reducir el exceso de deudas innecesarias, [...] un incremento del conocimiento en finanzas y deudas servirá como base sólida de seguridad para proteger a los consumidores más vulnerables contra el fraude y los abusos. (Commission of the European Communities, 2007)

2.6.2 Beneficios a los mercados financieros y la economía

Las y los consumidores que se encuentran educados financieramente colaboran de forma eficiente al manejo de mercados más complejos. Los mismos que tienen una mejor habilidad para comparar características y riesgos entre los distintos productos financieros que se encuentran ofertados. Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2007), “una vez que los consumidores estén educados financieramente asegurarían que los mercados financieros contribuyan de manera efectiva en el crecimiento económico y a la reducción de la pobreza”

La educación financiera servirá para exigir una mayor protección al consumidor. Las y los consumidores estarán en mejores situaciones para protegerse de posibles anomalías y de informar a las autoridades de malas prácticas por parte de los intermediarios financieros. Alan Greenspan (2003), expuso que los consumidores educados son “simplemente menos vulnerables frente a los abusos y fraudes financieros”. De esta manera los consumidores financieros facilitarían la supervisión de las IFI's.

2.6.3 Las personas desbancarizadas y cómo la educación financiera beneficia a la inclusión financiera

Los consumidores afectados por la exclusión financiera y la marginalización son comúnmente llamados “personas desbancarizadas”¹⁵ quienes no usan una cuenta bancaria o no saben cómo hacerlo.

Una de las razones por lo que son excluidas las personas desbancarizadas son: ausencia de una necesidad de una cuenta de banco, la falta de advertencias sobre cómo usar o manejar la cuenta, miedo a estar desfamiliarizado con las nuevas tecnologías bancarias – todo esto combinado con desconocimiento, desconfianza de los bancos y del sistema financiero en general. Otros factores son también: la ignorancia frente a los papeles requeridos y ausencia de un acceso físico en áreas rurales.

La cultura financiera puede ayudar a abordar problemas de exclusión financiera.: “los que han recibido algún tipo de educación sobre cuestiones financieras es mucho más probable que se dirijan a las entidades reguladas por un crédito y no tengan que recurrir a prestamistas ilegales, con mayores costes y mayores riesgos.” (Commission of the European Communities; 2007).

¹⁵ También conocidos como: Marginados financieramente, desventajados o consumidores vulnerables. Las características más conocidas por este grupo son: personas de bajos ingresos, minorías raciales, étnias inmigrantes, refugiados e individuos provenientes de las zonas rurales.

Un estudio realizado por la OECD, manifiesta que incorporando más personas desbancarizadas al sistema financiero regulado, se conseguiría los siguientes resultados:

- Mayor niveles de ahorro de los hogares, transmitiéndose en un aumento de los niveles de ahorro en la economía;
- Un gran número de consumidores estaría cubiertos, protegidos legalmente y salvaguardados contra las injusticias y prácticas discriminatorias;
- Reducción considerable de fraudes, a través de una mejor y eficiente forma de pagar cuentas; y
- Finalmente, los programas de educación financiera pueden disminuir los costos a las personas desbancarizadas al estar mejor informados sobre las herramientas financieras básicas y al adquirir habilidades financieras para tomar decisiones financieras informadas.

La educación financiera es una potencial solución, al problema de la falta de acceso a servicios financieros en comunidades desbancarizadas.

2.6.4 El papel de los intermediarios financieros y cómo se benefician

Las instituciones financieras pueden gozar de diversos beneficios al implementar un Programa de Educación Financiera. Además, de entender la obligación de manejar una relación estrecha con sus clientes, manteniendo presente la necesidad de información clara, sencilla y adecuada para una fácil comprensión general.

Es por eso, que los intermediarios financieros deben tener la responsabilidad de proveer a sus clientes información comprensible y exacta sobre los términos y condiciones asociados con los productos que se ofertan, describir de forma transparente los intereses de cada uno de los productos ofertados, además de evitar un lenguaje engañoso tanto en la promoción de los productos, como en la redacción de los contratos.

Al ofertar las instituciones financieras una fácil y entendible información, podrán legitimar su competencia en el mercado, ofertando además de sus propios productos financieros un servicio adicional (educación financiera); que tendrá impacto directo sobre los consumidores y las decisiones a tomar en el futuro.

Algunos analistas han sugerido que la responsabilidad de los intermediarios financieros se extiende hasta el punto de brindar entrenamiento financiero y que las instituciones financieras tienen la obligación de asegurarse que los consumidores entendieron la información que fue impartida por parte de las IFI's.

El papel como institución financiera será anticiparse a la situación de cada uno de sus clientes, dado que deberán analizar el nivel de riesgo actual y determinar cuál podría ser el riesgo que él mismo esté dispuesto a afrontarlo, por lo que se deberá otorgar información para incrementar su juicio financiero.

Así como al cumplir con los requerimientos planteados, se podrá obtener los siguientes beneficios según Trivelli y Yancari (2009):

- Mejorar el servicio a los clientes;
- Aumentar la ventaja competitiva;
- Mejorar la calidad de la cartera;
- Fortalecer su posición como una institución socialmente responsable; y
- Posicionar a institución como socialmente responsable.

2.7 Mercado Financiero Nacional

El mercado financiero ecuatoriano ha evolucionado en gran medida y en diferentes aspectos, estructura, canales, dimensiones, etc. Cambios que sumado con el limitado conocimiento de las personas que consumen los servicios financieros, ponen al mercado financiero en una situación de alta vulnerabilidad.

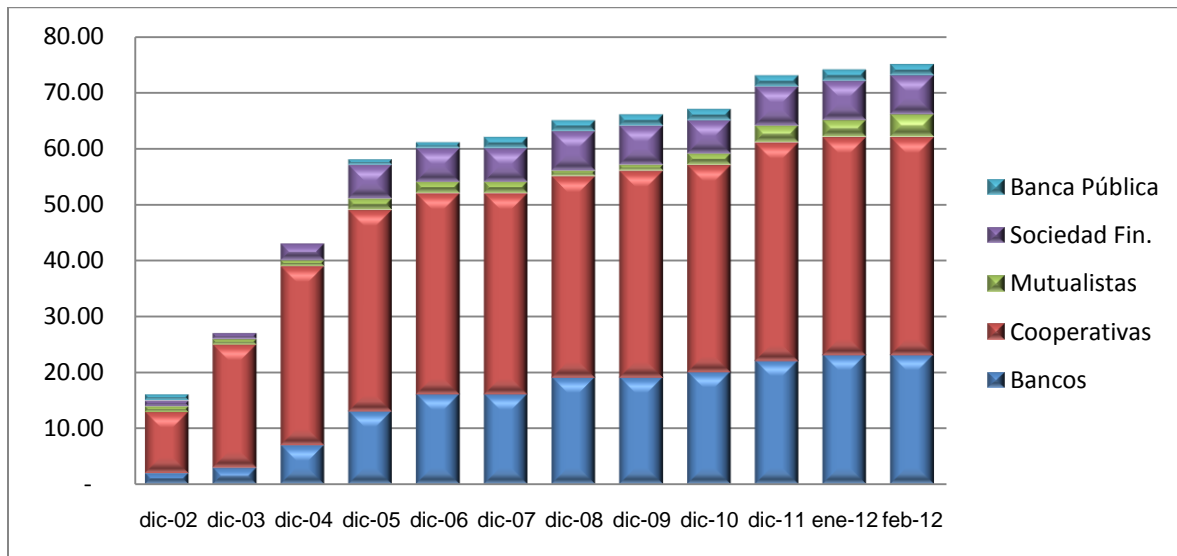
La falta de información en el medio sobre la evolución de los productos financieros y en conjunto con la complejidad de los mismos; provocan como resultado, la asimilación de un escenario limitado, para la toma de decisiones financieras eficientes por parte de los consumidores financieros.

A continuación, se presentará las distintas características del sistema financiero, que aportan a la construcción de un escenario financiero, que exige día tras día mayor conocimiento para actuar de forma adecuada asumiendo con responsabilidad los riesgos paralelos.

2.7.1 Evolución del número de Instituciones Financieras (IFI's) de Microcrédito

En un periodo de aproximadamente 10 años (Dic. 02 – Feb. 12), el número de instituciones financiera reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que tienen una cartera de Microcrédito han aumentado en 4,6 veces su número inicial. Comenzando en enero de 2002 con 16 instituciones y culminando el periodo con 75 instituciones.

Gráfico 3 - Crecimiento del número de instituciones dedicadas al Microcrédito



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

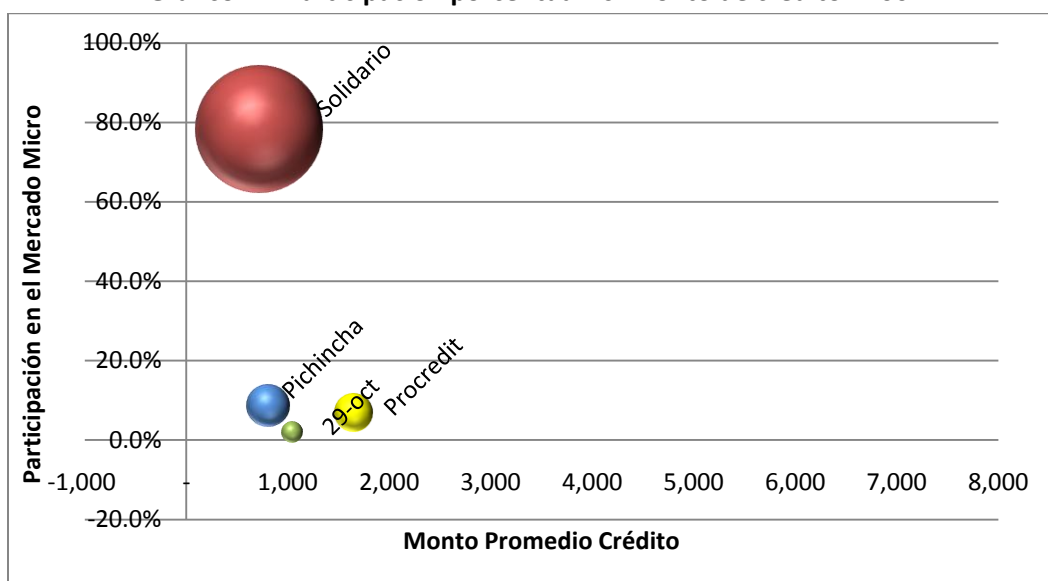
75 instituciones que se distribuyen entre diferentes tipos de instituciones como por ejemplo, a febrero de 2012: 23 Bancos Privados (31%), 39 Cooperativas (52%), 4 Mutualistas (5%), 7 Sociedades Financieras (9%), 2 Bancos Públicos (3%).

2.7.2 Concentración Cartera Micro IFIS

Por medio de los tres siguientes gráficos se presenta la concentración de la cartera de Microcrédito. Es decir, por cada gráfico se manejará un distinto año.

A Julio 2002, la cartera Micro se concentraba solamente en el Banco Solidario. El porcentaje de participación en el mercado de dicho banco era de aproximadamente el 80%. La diferencia se repartía entre los bancos Pichincha con el 10% y Procredit con un 8%. Así mismo, podemos observar el monto promedio del crédito que entrega cada institución, en el caso de Banco Solidario su monto crediticio era aproximadamente de 800 dólares.

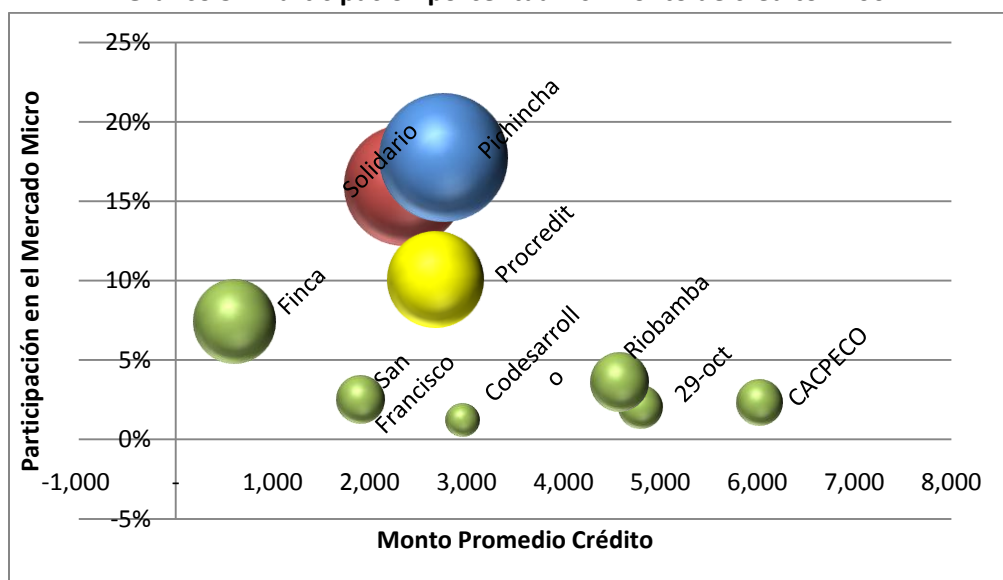
Gráfico 4 – Participación porcentual vs. Monto de crédito - 2002



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: Mateo Hedian

A julio 2007, el panorama cambia en cuanto a la participación porcentual se refiere. El porcentaje de representación en el mercado es ahora repartido entre el Banco Pichincha con un 18% y manejando montos de aproximadamente \$3.000 dólares; seguido el Banco Solidario tiene una participación del 17% de la cartera Micro, con montos alrededor de \$2.500 dólares. El Banco Procredit posee un 10% de la concentración de la cartera Micro, otorgando créditos con un monto promedio a \$2.800 dólares. Algunas Cooperativas representativas son: San Francisco, Codesarrollo, Riobamba, 29 de octubre, CACPECO, etc.

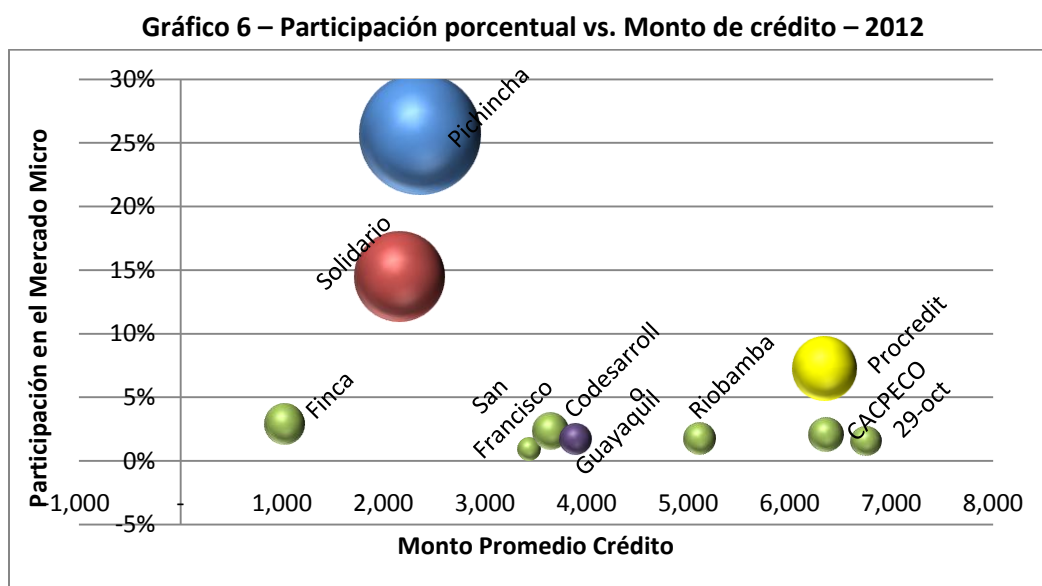
Gráfico 5 – Participación porcentual vs. Monto de crédito - 2007



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: Mateo Hedian

A Febrero de 2012, la lista de participación en cartera Micro lo lidera el Banco Pichincha con 25%, otorgando créditos promedio de \$2.600 dólares; le toma la posta Banco Solidario con 15% de representatividad, con montos de \$2.400 dólares. Procredit, tiene un 7% de la cartera Micro, sus créditos tienen un monto promedio de \$6.400 dólares.

Se observa el esparcimiento de varios Bancos y Cooperativas de Ahorro y Crédito, por ejemplo: Finca, Guayaquil, San Francisco, Riobamba, 29 de Octubre.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: Mateo Hedian

2.7.3 Número de clientes en el Sistema Financiero

Tabla 3 – Evolución número de prestatarios y monto

Fechas	Prestatarios total sistema	Monto Total (USD)
dic-07	2.288.155	23.798.779.295
dic-08	2.259.024	22.592.764.471
dic-09	2.562.302	23.587.309.244
dic-10	3.120.430	29.993.656.257
dic-11	3.456.944	35.038.743.507
abr-12	3.541.130	38.382.143.631

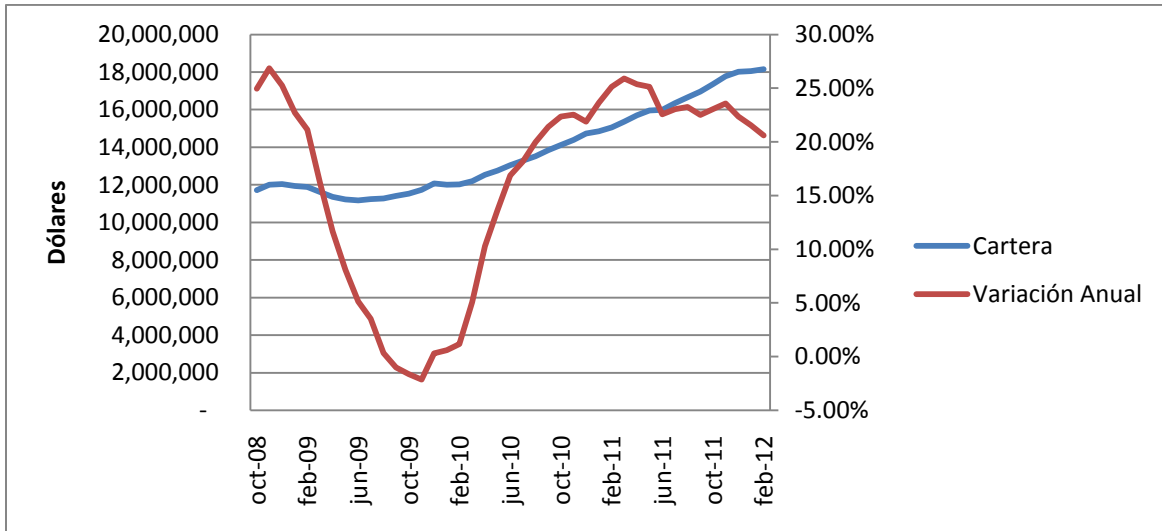
Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración Mateo Hedian

En el mes de abril del año 2012 se alcanzó un total de 3,5 millones de prestatarios en el sistema financiero nacional, como resultado de un crecimiento de 66% desde enero de 2006. El monto total de créditos se ubicó en 38 mil millones de dólares, un aumento de 79% aproximadamente.

2.7.4 Cartera de crédito del Sistema Financiero Privado

En el periodo 2005 – 2011, la cartera crediticia se ha expandido. En el mencionado periodo la cartera total del sistema financiero creció de US\$5,971 millones en enero 2005 a US\$20,802 en diciembre 2011. En porcentaje del PIB, la cartera total pasa de 20% en 2005 a 32.9% en 2011, reflejando una creciente profundización financiera.

Gráfico 7 - Cartera total del sistema financiero (sin público)



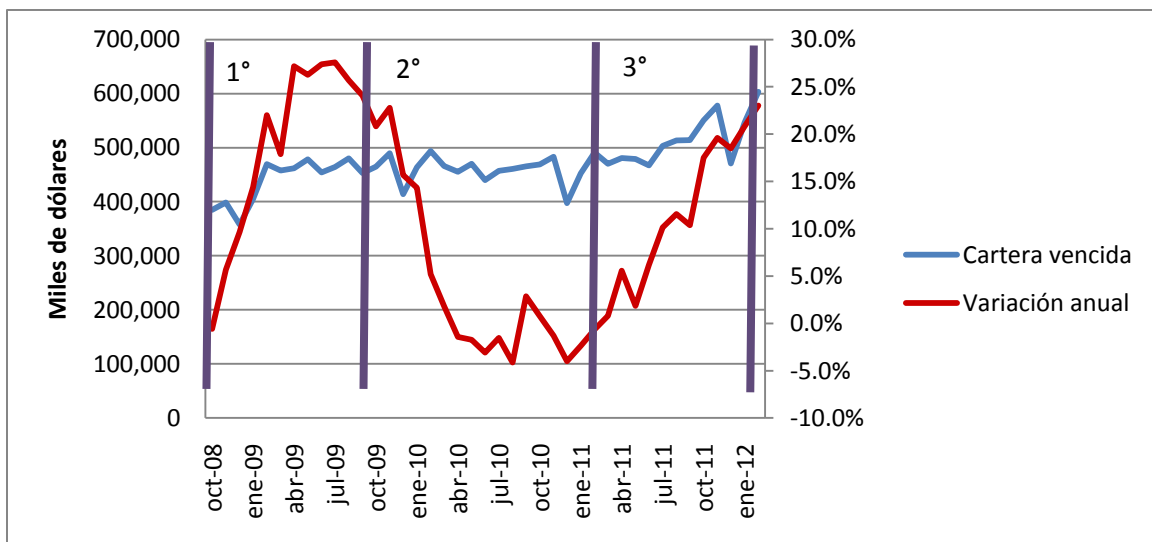
Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

2.7.5 Riesgo de no pago o Morosidad

En el periodo de octubre de 2008 a febrero de 2012 se presenta la siguiente variación de la cartera vencida en el gráfico # 8.

Gráfico 8 – Cartera Vencida



El riesgo incrementó en el periodo aproximadamente 200 millones de dólares. Un crecimiento total de 56% en más de cuatro años; es decir, que los prestatarios a febrero de 2012 no pagan 600 millones de dólares a sus respectivas instituciones financieras.

La tasa de variación anual presencié 3 etapas importantes que se deberían tomar atención, la 1° etapa desde Oct. – 2008 a Ago. – 2009, donde se presencié un alza pronunciada de la tasa porcentual. La 2° etapa desde Sept. 2009 a Nov. – 2010, que a comparación de la etapa anterior, ésta tuvo un comportamiento inverso, alcanzando hasta valores negativas en repetidas ocasiones. La 3° etapa, desde Dic. 2010 a Feb. 2012, los puntos porcentuales aumentaron hasta situarse en aproximadamente 25%.

2.7.6 Número de Operaciones

El número de operaciones concedidas en crédito muestra una tendencia de leve crecimiento para todo el período, con la singularidad que el número de operaciones para créditos de consumo disminuyó paulatinamente en el periodo 2005 – 2011. Lo que llama la atención es el aumento del monto promedio del crédito de consumo.

El número de personas que reciben créditos de consumo cada vez manejan montos de crédito más altos. El total de operaciones concedidas en crédito de consumo a lo largo del 2011 fue de 942,486. Paralelamente, el saldo promedio por operación para crédito de consumo se ha incrementado a 2.478,4 dólares en el 2011, comparado con 2.039,9 dólares en el año 2010.

Tabla 4 – Número de operaciones vs. Saldo promedio

Bancos - Número de Operaciones

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Comercial	547.144	520.170	573.728	565.593	542.055	591.964	610.399
Consumo	4.749.732	2.119.189	1.071.619	976.406	810.147	935.158	942.486
Microcrédito	544.341	511.761	415.120	653.538	499.628	612.537	678.478
Vivienda	9.655	13.912	14.431	15.101	9.283	10.538	9.669

Bancos - Monto Promedio

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Comercial	12.346,6	13.401,0	12.737,5	16.711,5	17.330,8	18.013,8	20.555,2
Consumo	340,8	719,3	1.220,4	1.620,6	1.549,6	2.039,9	2.478,4
Microcrédito	1.518,5	1.678,7	1.860,1	1.519,9	1.831,1	2.001,9	2.148,4
Vivienda	30.412,5	32.120,1	33.459,1	37.169,0	41.673,3	44.863,1	48.816,6

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Las personas acuden a varias Instituciones Financieras principalmente para obtener créditos de consumo más que para financiar actividades productivas (por ejemplo microcrédito); hecho que podemos evidenciar a través del número de operaciones y el saldo promedio del crédito del cuadro anterior.

2.7.7 Montos en el Sistema Financiero

En el siguiente cuadro se presenta, la distribución porcentual acumulada del total de usuarios financieros según el rango del monto de sus respectivos créditos. Comenzado el año 2007 en el rango de 0 – 500 dólares con 30,45% y culminando el 2011 con 17,11%. El desplazamiento porcentual hacia montos mayores, se hace presente en el Sistema Financiero Nacional. El comportamiento general de los consumidores financieros dentro de los 5 años tiende a adquirir créditos cada vez más de mayor cuantía.

Tabla 5 – Variación de cliente por monto

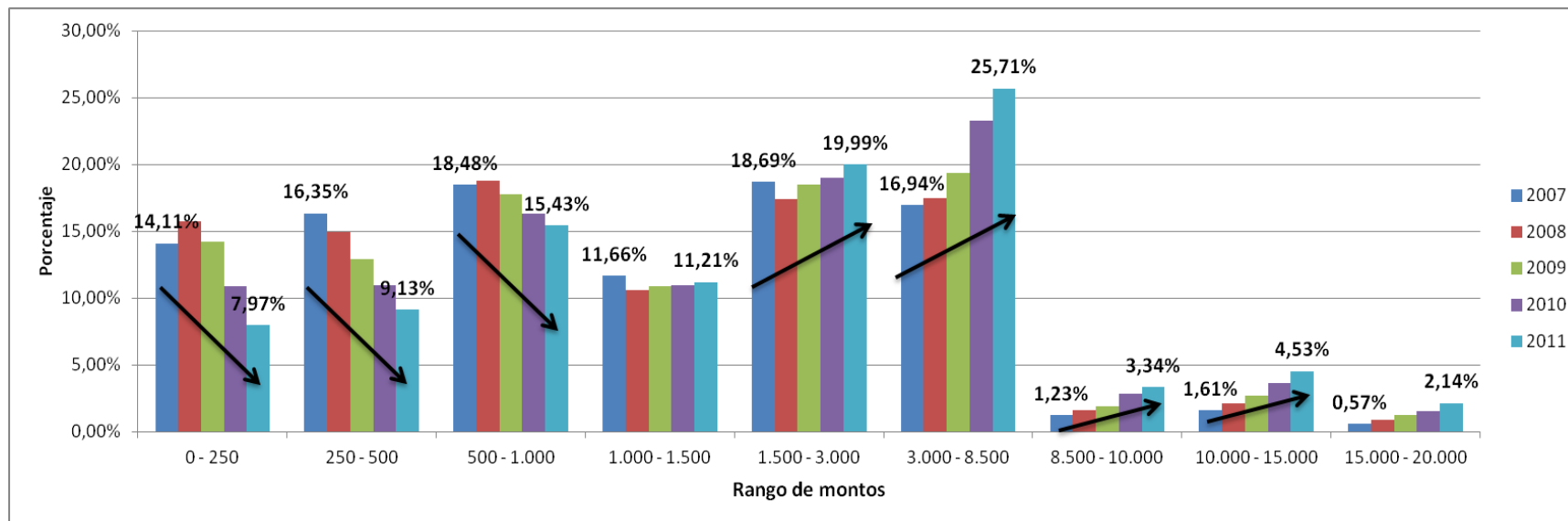
Rango Montos	2007	2008	2009	2010	2011
0 - 500	30,45%	30,73%	27,12%	21,79%	17,11%
500-1500	60,59%	60,09%	55,83%	49,08%	43,75%
1500-8500	96,23%	94,97%	93,65%	91,35%	89,44%
8500-15000	99,07%	98,73%	98,24%	97,87%	97,31%
15000-50000	99,97%	99,98%	99,98%	99,97%	99,95%
50000-500000	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
>500000	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

En el siguiente gráfico, se observa el comportamiento porcentual según los montos crediticios del Sistema Financiero; evidenciando la disminución en los menores montos del porcentaje año a año, por ejemplo: en un rango de 500 – 1.000 dólares la variación fue de 18,5% a 15%; en cambio, en los rangos con mayor monto, ocurre lo contrario. En el rango de 3.000 – 8.500 la variación de 17% a 26% redondeados. El mismo caso, se puede observar en los rangos crediticios con montos mayores a \$ 1.500 dólares

Gráfico 9 – Variación clientes por monto



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

2.7.8 Carga financiera

Tabla 6 – Distribución de la población por carga financiera - Ingreso

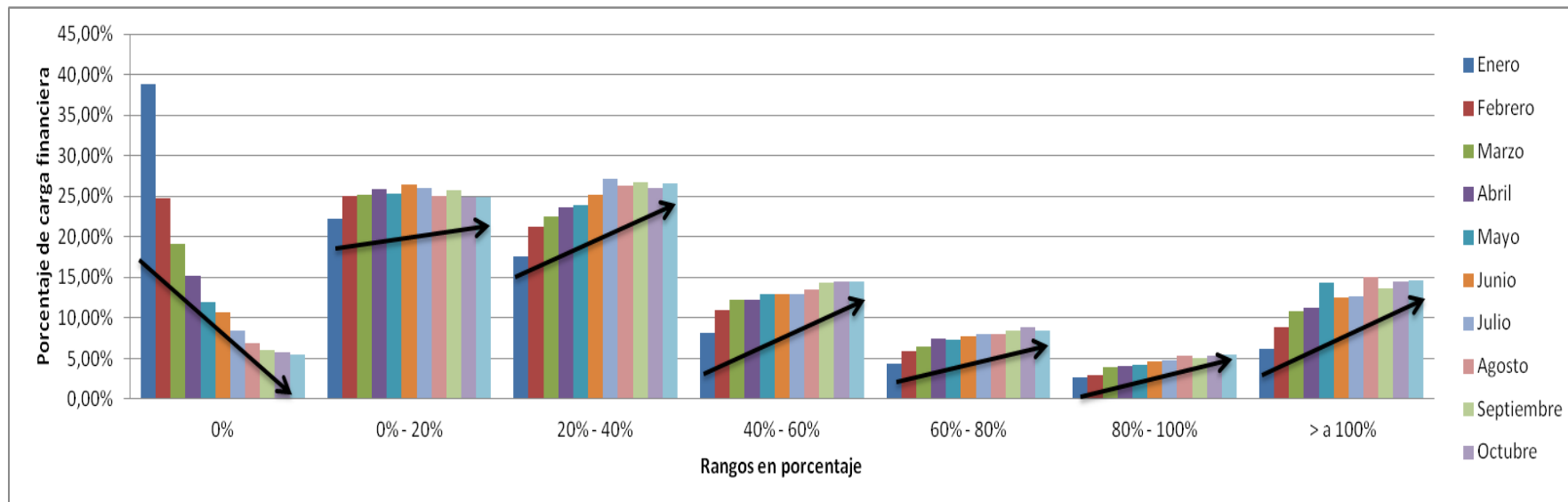
% Carga Fin.	Año 2011										
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
0%	38,80%	24,80%	19,10%	15,20%	11,90%	10,70%	8,40%	6,90%	6,10%	5,70%	5,50%
0% - 20%	22,30%	25,00%	25,20%	25,90%	25,40%	26,40%	26,00%	25,00%	25,70%	24,90%	24,90%
20% - 40%	17,60%	21,20%	22,50%	23,70%	23,90%	25,20%	27,10%	26,30%	26,70%	26,10%	26,60%
40% - 60%	8,10%	11,00%	12,20%	12,30%	12,90%	12,90%	13,00%	13,50%	14,30%	14,50%	14,50%
60% - 80%	4,40%	5,90%	6,40%	7,40%	7,30%	7,70%	8,00%	8,00%	8,50%	8,80%	8,40%
80% - 100%	2,60%	3,00%	3,90%	4,00%	4,20%	4,60%	4,80%	5,30%	5,00%	5,40%	5,50%
> a 100%	6,20%	8,90%	10,80%	11,30%	14,40%	12,50%	12,70%	15,00%	13,70%	14,50%	14,60%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

El porcentaje de la población bancarizada que no tenía deudas a enero de 2011 era de 38.8%, a noviembre de 2011 era de 5.5% en noviembre. Paralelamente, los porcentajes de relación carga financiera - ingreso aumentaron para todos los rangos que se muestran en la tabla anterior. El porcentaje de la población cuya carga financiera es mayor a su ingreso subió de 6.2% en enero a 14.6% en noviembre.

Gráfico 10 – Distribución de la población por rango de carga financiera



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

Se determinó que mes a mes, el porcentaje de personas bancarizadas sin ninguna deuda en el Sistema Financiero es menor. Y el porcentaje de carga financiera aumentó en cada una de los rangos. En enero de 2011 el 50% de las personas bancarizadas poseían una carga financiera en relación a su ingreso disponible entre 0% y 10%. A noviembre de 2011 el 50% de personas poseían una carga financiera entre 0% a 30%.

En enero de 2011 el 80% de personas con cargas financieras variaban entre 0% a 40%, en noviembre de 2011 el rango era de 0% 80%.

2.7.9 Análisis del Microcrédito

En el siguiente ejercicio manejando únicamente la cartera de Microcrédito de Bancos Privados, en un periodo desde el año 2003 hasta a febrero de 2012, observaremos el comportamiento de las siguientes variables: Monto de la cartera de Microcrédito, Número de Operaciones. El monto de la cartera pasó de 184 millones de dólares a 1.447 millones de dólares a diciembre de 2011; un crecimiento de aproximadamente 700%. Por otro lado, las operaciones se acentuaron al finalizar el año 2011 en 671 mil, presentando un variación positiva de casi 600%.

El promedio del monto del crédito en el año 2003 fue de 1.858 dólares y a comienzos del año 2012 es de 2.326 dólares.

Tabla 7 – Evolución de la cartera de Microcrédito – Bancos Privados

	BANCOS									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Monto	184.179.898	500.710.677	777.761.540	814.704.842	765.779.590	975.146.571	914.848.036	1.226.251.970	1.447.198.145	241.790.008
Número de Operaciones	99.135	231.079	504.804	481.941	413.205	625.043	499.706	612.537	671.995	103.934
Monto promedio	1.858	2.167	1.541	1.690	1.853	1.560	1.831	2.002	2.154	2.326
Tasa de Interés	16%	14%	12%	13%	23%	22%	22%	22%	22%	21%
Plazo	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Cuota	\$ 116,98	\$ 133,76	\$ 94,08	\$ 103,85	\$ 122,63	\$ 102,64	\$ 120,68	\$ 131,52	\$ 141,20	\$ 152,08
PIB Per cápita	2.212	2.506	2.795	3.110	3.345	3.927	3.715	4.082		
PIB per... / mensual	184	209	233	259	279	327	310	340		
% Cuota/ PIB per cápita	63%	64%	40%	40%	44%	31%	39%	39%		

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros y Banco Central del Ecuador

Elaboración: Mateo Hedian

Calculado según el monto promedio, tasa de interés y plazo del crédito; la cuota mensual que el cliente de la institución estaría obligado a pagar. Es decir, al 2003 la cuota era de \$116,98 dólares; a febrero de 2012 la cuota a pagar era de \$152,08 dólares, un incremento de 35 dólares en el periodo de 9 años.

Además, tomando el dato de PIB per cápita del mismo periodo y traduciéndolo a términos mensuales, en la parte inferior de la tabla se evidencia la relación entre cuota y PIB per cápita (mensual). Su relación,

disminuyó de 63% en diciembre de 2003 a 39% a diciembre de 2010. Además, en el ejercicio se considera que el plazo del crédito es el mismo para todos los años.

Utilizando el mismo método del ejercicio anterior, ahora se analizará el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito con cartera Micro.

Destacando, la diferencia entre el Monto promedio que un principio fue de \$1.584 dólares y en el final del periodo es de \$4.838 dólares; es decir, una variación positiva del 200%.

Tabla 8 – Evolución de la cartera de Microcrédito – Cooperativas

	COOPERATIVAS									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Monto	53.849.750	151.110.384	298.160.576	361.544.233	426.534.552	472.711.678	442.449.172	737.199.749	863.406.740	146.891.726
Número de Operaciones	33.994	72.106	112.010	122.217	132.902	134.140	126.209	189.148	195.677	30.364
Monto promedio	1.584	2.096	2.662	2.958	3.209	3.524	3.506	3.897	4.412	4.838
Tasa de Interés	17%	14%	13%	13%	22%	20%	21%	20%	20%	20%
Plazo	18	18	18	18	18	24	24	24	30	36
Cuota	\$ 100,42	\$ 130,16	\$ 163,47	\$ 181,94	\$ 210,59	\$ 179,95	\$ 180,14	\$ 199,07	\$ 188,34	\$ 178,80
PIB Per cápita	2.212	2.506	2.795	3.110	3.345	3.927	3.715	4.082		
PIB per... / mensual	184	209	233	259	279	327	310	340		
% Cuota/ PIB per cápita	54%	62%	70%	70%	76%	55%	58%	59%		

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros y Banco Central del Ecuador

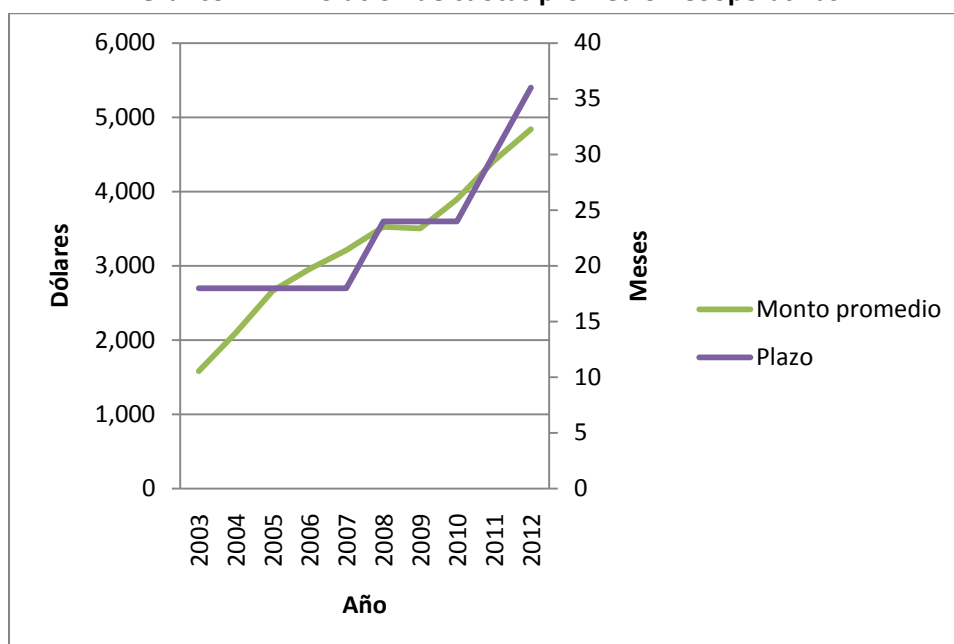
Elaboración: Mateo Hedian

Utilizando la misma metodología se calculó la cuota mensual; sin embargo, para mantener un nivel similar de la cuota mensual a pagar, el plazo debió ser aumentado. En un comienzo la cuota fue de \$100 dólares a 18 meses y al finalizar el periodo de \$178 a 36 meses. A pesar, que el plazo es mayor la cuota mensual es superior con \$78 dólares.

La relación cuota mensual - PIB per cápita, varió de 54% en el 2003 a 59% en el 2010; con sus altos y en el periodo.

En el siguiente gráfico, observamos el comportamiento del monto promedio frente al plazo en el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito. La diferencia con el anterior ejercicio, del caso de los Bancos Privados fue el plazo en el caso de las cooperativas, que además de incrementarse el monto promedio, aumenta el plazo; con el objetivo de manejar similares cuotas accequibles al consumidor financiero.

Gráfico 11 – Evolución de cuotas promedio - Cooperativas



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: Mateo Hedian

2.7.10 Tarjetas de crédito

En el siguiente cuadro, se manejará información sobre tarjetas de crédito, como son: Saldo de endeudamiento, # tarjetas, saldo promedio por tarjeta, # de tarjetahabientes, # de tarjetas por tarjetahabientes, nivel de endeudamiento por tarjetahabiente.

Tabla 9 – Evolución de Tarjetas de Crédito

Fecha	Saldo de Endeudamiento	# de tarjetas	Saldo promedio x tarjeta	# de tarjetahabientes	# de tarjetas x tarjetahabiente	Endeudamiento x tarjetahabiente
ago-01	172.809.020	498.153	346,90	298.892	1,67	578,17
ago-02	339.679.021	553.287	613,93	322.803	1,71	1.052,28
ago-03	475.361.775	654.406	726,40	348.627	1,88	1.363,53
ago-04	704.973.748	957.135	736,55	376.518	2,54	1.872,35
ago-05	946.039.062	1.178.623	802,66	406.639	2,90	2.326,48
ago-06	1.369.258.160	1.859.429	736,39	439.170	4,23	3.117,83
ago-07	1.804.942.155	2.192.627	823,19	474.304	4,62	3.805,45
ago-08	2.133.023.610	1.738.730	1.226,77	512.248	3,39	4.164,04
ago-09	2.378.946.000	1.853.001	1.283,83	553.228	3,35	4.300,12
ago-10	2.829.274.286	1.971.935	1.434,77	597.486	3,30	4.735,30

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaboración: Mateo Hedian

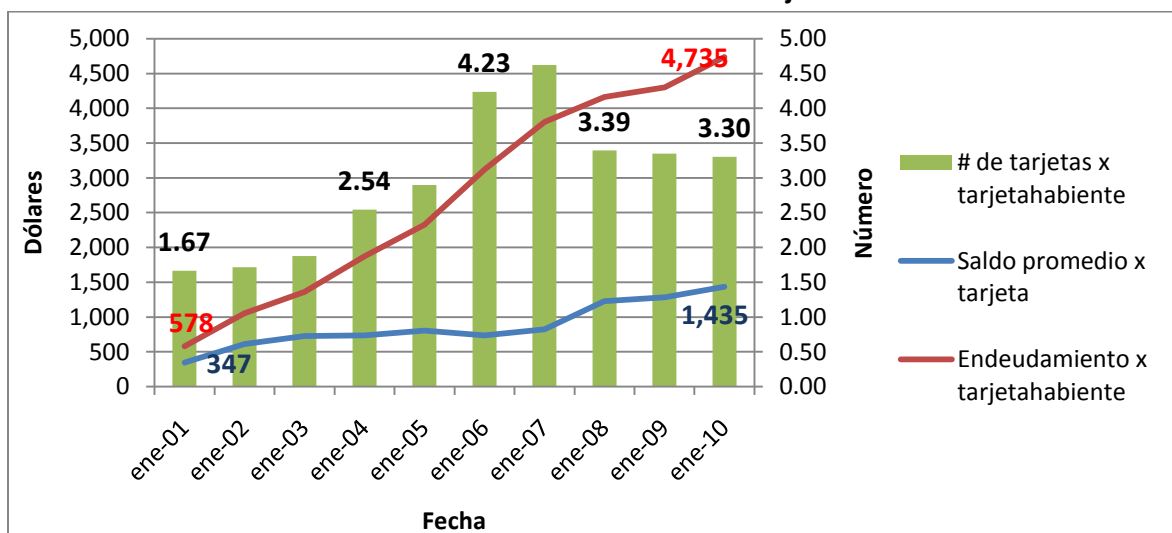
Otro elemento importante, es el análisis del mercado de tarjetas de crédito para conocer su evolución y tendencia. El acceso y uso de tarjetas de crédito incrementó en los últimos años; el número de tarjetas en circulación aumentó de 498 mil tarjetas a 1 millón 971 mil tarjetas en el 2010. Además, en el 20120 había 597 mil tarjetahabientes, en comparación con los 299 mil tarjetahabientes en el 2001; un crecimiento de casi 100%. También es importante notar el número de tarjetas de crédito por tarjetahabiente que se duplicó en ese periodo. En el 2001 el número era de 1,67 tarjetas por tarjetahabiente, pero en el 2010 subió a 3,3 tarjetas.

No sólo el uso de la tarjeta de crédito incrementó, también lo hizo el saldo de endeudamiento. El saldo a agosto de 2001 fue de 172 millones, a la misma fecha existía en el mercado entre tarjetas de crédito nacionales como internacionales aproximadamente 500 mil; es decir, el saldo promedio de cada tarjeta era de \$346,9 dólares. A agosto de 2010, el saldo de endeudamiento fue de \$2.829 millones de dólares; y con un saldo promedio por tarjeta de \$1.434 dólares, representando un crecimiento de 313% en 9 años.

A enero del 2010, considerando el número de tarjetas de crédito por tarjetahabiente (3,3) y la deuda promedio por tarjeta, suma una deuda por tarjetahabiente de \$4735 dólares. Es decir, a mayor acceso a servicios y productos financieros, mayor monto de deuda por prestatario.

El problema que viene adjunto al crecimiento del número de tarjetas por tarjetahabiente y el saldo de endeudamiento, es la práctica tan común de los prestatarios de pagar las deudas de una institución con el préstamo de otra financiera, creando un ciclo vicioso de deuda.

Gráfico 12 – Evolución endeudamiento con Tarjetas de Crédito



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

2.7.11 Aumento de número de Instituciones por persona OJO

El número de personas atendidas por más de una institución financiera es significativo. En el transcurso de 4 años el porcentaje varió de 24,58% a 33,89%; es decir, a finales del año 2009 un tercio de los prestatarios de microcrédito trabajaban con más de institución financiera.

Así mismo, a través del Gráfico 10.b se puede observar una relación directa entre el aumento de número de instituciones por persona y el aumento del riesgo de no pago de la persona. A diciembre de 2009 el riesgo pasó de 3,66% cuando se trabajaba con una sola institución a 5,89% cuando se trabajaba con 5 instituciones al mismo tiempo.

Tabla 10.a – Evolución del # de instituciones financieras por clientes atado a su riesgo en la industria del Microcrédito

Número de clientes				
# instituciones	dic-06	dic-07	dic-08	dic-09
1	75,42%	72,58%	73,03%	66,11%
2	17,35%	19,85%	19,29%	22,02%
3	5,04%	5,29%	5,28%	6,77%
4	1,54%	1,57%	1,61%	2,11%
5	0,65%	0,70%	0,79%	0,98%
Total	162.061	221.762	259.605	232.062

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

Tabla 10.b – Evolución del # de instituciones financieras por clientes atado a su riesgo en la industria del Microcrédito

Riesgo			
# instituciones	dic-07	dic-08	dic-09
1	3,23%	3,74%	3,66%
2	4,01%	3,84%	3,91%
3	4,89%	4,54%	4,39%
4	5,44%	4,41%	4,74%
5	7,11%	6,08%	5,89%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaboración: Mateo Hedian

El incremento del número de instituciones financieras acreedoras por persona podría complicar una correcta percepción del riesgo de crédito individual, dificultando el cálculo de capacidad de pago y pudiendo llevar a dinámicas de rotación de créditos donde una persona se endeuda con una institución para cubrir sus obligaciones con otra IFI.

Esta tendencia puede dificultar en el análisis crediticio que cada institución financiera lo realiza antes de otorgar un crédito; comportamientos como este tipo dificultan la posibilidad para las instituciones financieras de evaluar la capacidad real de pago de una persona y su capacidad de pago.

2.7.12 Caso práctico desarrollado por la Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Según un estudio contratado por la Asociación de Bancos Privados (2012) titulado “Evolución del grado de sobreendeudamiento del Sistema Financiero Ecuatoriano”, el cual maneja una muestra poblacional de clientes del Sistema Financiero, obtuvieron los siguientes resultados:

Número de Operaciones Crediticias

- La proporción de la población que tiene más de dos operaciones crediticias subió de 36.6% en enero a 49.5% en noviembre (+12.9%);
- Mientras una de cada dos personas de la población bancarizada (50%) mantenía operaciones crediticias con más de una IFI en enero 2011, esa proporción creció a casi dos de cada tres personas (66,66%) en noviembre 2011; y
- Dentro de la muestra, 53.6% de las personas mantenían operaciones crediticias con más de una IFI en enero, mientras que 64.5% lo hacía a noviembre.

Número de Instituciones Financieras por tipo de crédito

- En enero de 2011, la proporción de la población que mantenía créditos de consumo con más de una institución financiera era de 40.2%, una proporción que pasó a 47.8% en noviembre de 2011;
- La proporción de la población que mantenía créditos de consumo con más de dos instituciones financieras creció de 20.7% en enero a 27.1% en noviembre;
- En enero de 2011, la proporción de la población que mantenía microcréditos con al menos una institución financiera era de 26.3%, una proporción que aumentó a 31.3% en noviembre; y
- Por su parte, la proporción de la población que mantenía microcréditos con más de una institución financiera acreedora se incrementó de 6.6% en enero a 9.5% en noviembre.

Tarjetas de crédito

- En enero de 2011, 61.1% de la población tenía al menos una tarjeta de crédito. Esta proporción se incremento a 69.6% en noviembre; y
- En enero de 2011, 40.6% de la población tenía al menos dos tarjetas de crédito. Esta proporción se incremento a 49.2% en noviembre.

Nivel de Apalancamiento (Carga Financiera / Ingreso disponible mensual promedio)

- El nivel de apalancamiento casi se duplicó en 11 meses, de 26.2% en enero a 53.5% en noviembre de 2011. En otras palabras, a finales de 2011 el ecuatoriano promedio bancarizado destinaba más del 50% de su ingreso disponible a pagar deudas.

2.8 Recomendaciones de Educación Financiera

2.8.1 Recomendación Internacionales

La importancia de una buena educación financiera ha sido reconocida internacionalmente, a tal punto, que la OCDE, la Comisión Europea y FELABAN¹⁶ han emitido diversas recomendaciones, con el fin de impulsar su implicación en esta materia.

2.8.1.1 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD)

La OECD expone sus respectivas recomendaciones entre diversos principios y buenas prácticas, que deberán ser considerados por los gobiernos en cada uno de los programas de educación financiera: “Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness”. Esta organización reconoce la necesidad de impulsar programas de educación financiera dirigidos a todos los ciudadanos, comenzando por la escuela, adaptados a las necesidades y características de cada grupo de población. En sus contenidos deben cubrir aspectos esenciales como la planificación financiera, el ahorro, el endeudamiento, los seguros y las pensiones. Véase Anexo A

2.8.1.2 La Comisión Europea

Presenta los “Principios básicos para unos planes de educación financiera de alta calidad”. Punto # 5 de la Comunicación de la Comisión del 18 de Diciembre de 2007 sobre “Educación Financiera”.

Basándose en su descripción de los planes de educación financiera que ya se aplican en la Unión Europea, la Comisión considera que es conveniente definir algunos principios que puedan ayudar a las autoridades públicas, los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores, los empresarios y otros interesados en sus esfuerzos para lanzar y gestionar programas de educación financiera. Estos principios tienen en cuenta la diversidad de enfoques y métodos disponibles para desarrollar una estrategia de educación financiera fructífera. Véase Anexo B

¹⁶ La Federación Latinoamericana de Bancos, FELABAN, es una institución sin ánimo de lucro, constituida en 1965, en la ciudad de Mar del Plata, República Argentina. Agrupa, a través de sus respectivas asociaciones en 19 países del continente, a más de 500 bancos y entidades financieras de América Latina.

2.8.1.3 El Comité Directivo de FELABAN

El 8 de febrero de 2010 en Brasil, FELABAN hizo un llamado al mejoramiento de la transparencia en la información. Recomendando a sus miembros, que hay que fomentar la disciplina de los agentes que participan del sistema financiero y la aplicación de sanas prácticas por parte de las instituciones. En ese sentido:

FELABAN asume que, con el mejoramiento de los sistemas de transmisión de información y en la medida en que el acceso a la misma sea cada vez más transparente y comprensible, el público podrá conocer las ventajas que ofrece pertenecer al sistema financiero y evitar la utilización de los canales informales.

Creemos que para la adopción de decisiones por parte de la comunidad y para proteger los derechos de los usuarios de productos financieros es necesario el impulso de programas de educación financiera que proporcionen herramientas necesarias para comprender la información financiera y así poder hacer un uso eficiente de los productos.

Creemos que es necesario terminar con las asimetrías de la información financiera existentes que únicamente contribuyen al incremento de los costos en las operaciones y al detrimento de la relación entre el cliente y el proveedor de servicios financieros.

Así mismo plantearon que el acceso a la información es un derecho y un elemento indispensable para una sólida y adecuada toma de decisiones por parte de los individuos que hacen uso del sistema financiero y un mecanismo efectivo de protección de sus derechos como consumidores, pero sólo se hace efectivo, cuando la información es transparente, oportuna, clara y verdadera.

2.9 *Respaldo Legal*

La persona que consume es el primer responsable de informarse sobre lo que va a consumir. Sin embargo, la situación a la que se presentan los consumidores es compleja, dado que la información sobre las características de los bienes y servicios es muy limitada por la propia naturaleza de la relación consumidores –proveedores.

A continuación se presentará un conjunto de leyes, códigos, directrices, artículos legales, etc. que formarán un respaldo legal tanto internacional como nacional, para el desarrollo de programas de educación financiera en el Ecuador:

2.9.1 Respaldo legal nivel Internacional

2.9.1.1 Protección al Consumidor - Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor.

El 16 de abril de 1985 /RES/39/248, fue aprobada en Asamblea General, la Resolución, sobre Protección al Consumidor¹⁷, su versión ampliada fue aprobada en 1999 *Derechos Básicos de los Consumidores*

- Información, divulgación y educación;
- Reclamación directa, solución oportuna y efectiva;
- Acceso fácil, oportuno y eficaz para prevenir y reparar daños;
- Protección contra publicidad engañosa y métodos comerciales abusivos y desleales;
- Participación y consulta;
- Información sobre indicadores confiables;
- Orientación en ejercicio de sus derechos; y
- Tratamiento equitativo y no abusivo.

La regulación y supervisión que se desprende de la intervención de las entidades financieras busca la protección del orden económico y estabilidad del sistema.

La regulación prudencial protege la estabilidad del sistema y orden económico, la regulación para protección al “consumidor” busca asegurar la calidad de los servicios y prevenir los abusos del prestador del servicio.¹⁸

Directrices

- a. Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores [...] procedimientos adecuados de distribución, prácticas comerciales leales, comercialización informativa y protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar los intereses económicos de los consumidores y la posibilidad de elegir en el mercado.
- b. Los gobiernos deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.
- c. Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos

¹⁷ Para la aprobación de los Derechos Básicos de los Consumidores, se ha tomado en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países; reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos.

¹⁸ Se ha incluido únicamente los principios, directrices y medidas que conciernen a nuestro tema.

fundamentales en los contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

- d. Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.
- e. Los gobiernos deben alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

Medidas que permitan a los consumidores obtener compensación

a.- Se debe facilitar a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes [...] para obtener compensaciones y solucionar controversias.

Programas de educación e información

- a. Los gobiernos deben estimular la formulación de programas generales de educación e información del consumidor. El objetivo de tales programas debe consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios, y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones. Al formular dichos programas, debe prestarse especial atención a las necesidades de los consumidores que se encuentren en situación desventajosa, tanto en las zonas rurales como urbanas, incluidos los consumidores de bajos ingresos y aquellos que sean casi o totalmente analfabetos.
- b. La educación del consumidor debe llegar, si procede, a formar parte integrante del programa básico del sistema educativo, de preferencia como componente de asignaturas ya existentes.
- c. La educación del consumidor y los programas de información deben abarcar aspectos tan importantes de la protección del consumidor como las siguientes:
 - Rotulado de productos;
 - Legislación pertinente, forma de obtener compensación y organismos y organizaciones de protección al consumidor; y
 - Información sobre pesas y medidas, precios, calidad, condiciones para la concesión de créditos.

- d. Los gobiernos deben alentar a las organizaciones de consumidores y a otros grupos interesados, incluidos los medios de comunicación, a que pongan en práctica programas de educación e información, particularmente en beneficio de los grupos consumidores de bajos ingresos de las zonas rurales y urbanas.
- e. Teniendo en cuenta la necesidad de llegar a los consumidores rurales y a los consumidores analfabetos, los gobiernos deberán, [...] formular o alentar la realización de programas de información del consumidor destinados a los medios de comunicación de masas.
- f. Los gobiernos deben organizar o alentar las organizaciones de programas de formación para educadores, profesionales de los medios de comunicaciones de masas y consejeros del consumidor, que les permitan participar en la ejecución de programas de información y educación del consumidor.

2.9.1.2 Declaración Universal de Derechos de los Usuarios Bancarios y Financieros Salamanca – España, 29 y 30 de Septiembre 2005

Antecedentes

El sistema financiero es un instrumento decisivo para propiciar el bienestar económico y social de los individuos, por medio del desarrollo de productos y servicios financieros y el trato adecuado; todos estos factores generan un aumento en la satisfacción de los usuarios.

Se considera que la información clara y precisa es el principal instrumento que tienen los usuarios para poder elegir por sí mismos, libre y responsablemente, los productos financieros adecuados a sus intereses, lo que les facilitará conocer sus compromisos y deberes.

La información proporcionada en la publicidad sobre los productos y servicios financieros deberá ser lo más comprensible posible; elemento fundamental para la toma de decisiones del usuario.

Mientras se incrementa el desarrollo de los servicios, las tecnologías de la información y de la comunicación, deberá ser acompañado con las adecuadas medidas de protección de los intereses de los usuarios, por lo que se propone por medio de la Declaración Universal de Derechos de los Usuarios de Servicios Bancarios y Financieros las diferentes medidas que se presentan a continuación:

- En virtud del derecho a recibir información clara y veraz, se prohíben los actos de confusión y engaño. En todo caso, la prestación de los servicios financieros deben ajustarse a las exigencias de la buena fe y a aquéllas que garantizan la leal competencia en el mercado.
- Los usuarios tienen derecho a que las entidades financieras les informen acerca de la existencia y contenido de las condiciones generales que vayan a incorporarse al contrato de que se trate.
- Los usuarios tienen derecho a recibir información clara, adecuada inteligible y completa de los productos y servicios ajustados a sus necesidades.

- Los usuarios tienen derecho ser comunicados por entidades financieras, información accesible, homogénea, transparente, exacta y comprensible sobre las comisiones propuestas y comisiones máximas establecidas sobre los productos financieros ofertados.
- Los usuarios tienen derecho a una publicidad, clara y no engañosa, donde se expongan las condiciones necesarias y adecuadas del producto o servicio publicitado.
- Las entidades financieras deben contar con un servicio de atención al cliente que permita a los usuarios obtener información rápida y fiable sobre los productos y servicios financieros, así como sobre los procedimientos relativos a los mismos.
- Los usuarios tienen derecho a reclamar a las entidades financieras por el incumplimiento de las condiciones [...]. Por ello, las entidades financieras proporcionarán a los usuarios, de forma oportuna, información sobre las instancias ante quienes se puede reclamar y el procedimiento establecido al efecto.

2.9.2 Respaldo legal a nivel nacional

Por medio de las siguientes leyes se impulsó la creación y además la aprobación del Código de Derechos del Usuario Financiero; teniendo como objeto establecer principios y reglas que rigen el ejercicio y protección de los derechos del usuario del sistema financiero, [...] su ámbito de aplicación involucra las relaciones entre los usuarios y las instituciones financieras controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. En un principio, un marco legal pertinente para la ejecución de programas de educación financiera.

2.9.2.1 Constitución de la República del Ecuador

En el Artículo # 52, se establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características;

Artículo # 55, dispone que las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, [...];

Artículo # 312, obliga a cada entidad integrante del sistema financiero nacional tener una defensora o defensor del cliente, que será independiente de la institución;

2.9.2.2 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Artículo # 1, establece como objeto de la Ley el normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores;

Artículo # 4, establece la seguridad en el consumo de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad; el derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa; a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva; a la educación del consumidor; a la reparación e indemnización por daños y perjuicios; y, a la tutela administrativa y judicial;

2.9.2.3 Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública

Artículo # 1, garantiza y norma el ejercicio del derecho fundamental de las personas a la información;

2.9.2.4 Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, reformado con el artículo 11 de la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera

Artículo # 201, expone la necesidad en promover el conocimiento y educación de los usuarios del sistema financiero sobre sus derechos a fin de promover la calidad de los servicios y productos financieros, impulsar el cumplimiento de normas éticas de conducta; y velar por la equidad y equilibrio de las relaciones entre instituciones financieras y sus usuarios;

2.9.2.5 Código de Derechos del Usuario del Sistema Financiero

La Junta Bancaria dentro de las normas generales de aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, aprobó la resolución JB-2010-1782, el 19 de agosto de 2010, introduciendo una reforma a la Codificación de Resoluciones de la Superintendencia, denominado “Código de Derechos del Usuario del Sistema Financiero”

Artículo # 8.- Acceder a través de las instituciones y entidades afines, [...], a los distintos niveles de educación financiera que le permita al usuario comprender sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero; el rol de la Superintendencia de Bancos y Seguros, rol del sistema financiero, la base legal pertinente; el alcance y efectos de los productos y servicios del sistema financiero, que le permita tomar decisiones informadas, y defender sus derechos.

Artículo # 9.- Acceder y recibir directamente información clara, precisa, oportuna, razonable, adecuada, validada, veraz y completa, relacionada con los productos y servicios ofertados por las instituciones del sistema financiero, especialmente en los aspectos financiero, legal, jurídico, operativo, fiscal y comercial:

9.1 La información, sobre los productos y servicios financieros, deberá estar al alcance del usuario del sistema financiero antes, durante y después de las respectivas prestaciones y deberá ser elaborada considerando el grado de educación financiera;

9.2 Recibir una exposición clara de las condiciones y procedimientos establecidos en el contrato y otros instrumentos a fin de evitar errores de interpretación. Los términos deberán expresarse con claridad [...]. En caso de duda se aplicarán a favor del usuario;

9.3 Conocer en forma expresa, oportuna y suficiente cualquier modificación de los plazos, tasas de interés pactadas, gastos y demás condiciones del contrato, así como la forma de su aplicación;

9.4 Conocer, por cualquier medio accesible de manera previa a la ejecución y en el lugar en el cual se adquirió la obligación, la identificación de la institución a la cual se transferirían los documentos y la transferencia que respalda la operación de la cual el usuario es garante directo o indirecto;

9.5 Conocer oportunamente y de forma detallada todos los costos financieros y gastos asociados al producto o servicio ofertado;

9.6 Ser informado sobre los costos fiscales reales de los productos y servicios financieros;

9.7 Recibir publicidad clara, no engañosa y que no induzca a error, que recoja las condiciones necesarias, completas y adecuadas del producto o servicio publicitado.

En resumen, el Código de Derechos del Usuario Financiero reconoce derechos y garantías a favor de los clientes de las instituciones financieras, para que las relaciones y operaciones entre ambas partes se concreten bajo los principios de buena fe, equidad y legalidad. Es la primera vez en la historia que el usuario cuenta con un marco legal para exigir sus derechos ante bancos, cooperativas, mutualistas y sociedades financieras.

Finalmente, “la educación financiera tiene que ser distinguida de la protección a los consumidores, a pesar que exista relación entre los dos términos. La protección al consumidor y la educación financiera muestran muchas metas similares (como por ejemplo el bienestar de los consumidores y el desarrollo de los mercados financieros) pero con enfoques diferentes.” (OECD, 2005: 14)

A pesar, que la educación financiera complementa esta acción proporcionando instrumentos y consejos mientras que la protección al consumidor enfatiza en los temas de legislación y regulación, diseñada para cumplir las normas mínimas requeridas por las instituciones financieras en proveer a sus clientes una información apropiada, reforzar la protección jurídica de los consumidores y el proveer de un sistema de consultas y reclamos.

El conjunto de leyes, tanto nacionales así como internacionales respaldan a cualquier iniciativa en cuanto a Educación Financiera se refiere. Serán un “Paraguas” pertinente para guiar las distintas iniciativas que tienen como principal objetivo, el brindar una herramienta adecuada a los consumidores llamada “Información”.

2.10 Cultura Tecnológica Financiera

El transcurso entre el siglo pasado y el presente, ha sido una etapa de constante evolución y mucho más si se refiere al ámbito tecnológico; brindado mayor alcance de los seres humanos hacia una serie de herramientas útiles, pero que al usarlas vienen acompañadas de un cierto grado de riesgo. El avance de la ciencia y la tecnología facilitaron y facilitan las labores diarias de una humanidad globalizada y moderna; pero, también se convirtieron en un instrumento del que se valen muchos para cometer acciones contrarias a los fines para los que han sido pensadas y así sacar provecho ilegítimo de ello.

Las transacciones bancarias realizadas a través de Internet, por medio de la Banca por Internet, se han convertido en un método muy aplicado y con gran aceptación social. La efectividad y facilidad que aporta esta moderna herramienta, ha logrado el convencimiento y la aprobación de millones de personas de alrededor del mundo. La comodidad y el ahorro de tiempo son algunos de los beneficios que aporta este sistema.¹⁹

Sin embargo, a pesar de las bondades que brinda este avanzado instrumento, es muy vulnerable a personas que buscan su beneficio de forma ilícita. Diversas han sido las estrategias utilizadas para ejecutar fraudes electrónicos, los mismo que son considerados como delitos informáticos; como por ejemplo, a través de la manipulación de los usuarios para que éstos les brinden sus datos personales, tales como su nombre de acceso (PIN) y su identificación, etc.

Según Santiago Acurio del Pino (2005:8) “es claro que cada vez es más amplia la casuística. En este entorno, debemos asegurarnos de disponer de las herramientas y prácticas de seguridad adecuados para hacer frente a estas amenazas.”

El comercio electrónico se ha desarrollado de manera voráz; a continuación se detallará cómo ha beneficiado a muchos por medio de los diversos instrumentos electrónicos.

2.10.1 El comercio electrónico²⁰

Se ha desarrollado una serie de tecnologías que permiten el intercambio de bienes y servicios, así como diversas formas de contratación a través de instrumentos electrónicos, con el fin de llegar a la satisfacción de una sociedad cada vez más internacionalizada.

¹⁹ Un claro ejemplo es, el aumento de las tarjetahabientes en el país que ha provocado una proliferación de problemas atados al crédito. Sea por la falta de información y de control por parte de las emisoras o por la baja cultura financiera de los clientes. Los emisores de tarjetas han flexibilizado en los últimos años los requisitos para el acceso al dinero plástico, al punto al mes de agosto de 2011 existen alrededor de 2 millones de tarjetas de crédito a nivel nacional. (Fuente: Manejo responsable del dinero plástico. El Comercio. 23/08/2011)

²⁰ Según la Organización Mundial del Comercio: el Comercio Electrónico es también conocido como Comercio Digital o En línea y consiste en realizar transacciones por un medio electrónico, principalmente internet, pero no exclusivamente, pues se incluye la televisión, el teléfono, el fax, los sistemas electrónicos de pagos y transferencias monetarias, el intercambio electrónico de datos, como instrumentos a través de los cuales se lleva a cabo el Comercio Electrónico.

2.10.2 Banca Electrónica

Esta nueva banca se soporta en los importantes desarrollos de la electrónica, con su capacidad lógica de proceso y de almacenamiento de información. La banca electrónica cambia el paradigma de prestación personal de servicios por el concepto rapidez, eficacia y comodidad.

Entonces, según Daniela Salas (2010: 61)): la Banca Electrónica puede definirse como “aquella transmisión de datos que permite la comunicación e interacción entre el cliente y el banco a través de impulsos electrónicos, por medio de instrumentos electrónicos”

A continuación mostraremos algunas herramientas electrónicas que dispone el mercado actualmente:

2.10.2.1 Banca a distancia o Home Banking

Consiste en permitirle al cliente acceder a su banco desde afuera, es decir, valerse de la tecnología brindada por las telecomunicaciones para ingresar a la plataforma del banco y así realizar sus transacciones.

2.10.2.2 Banca a través del teléfono:

Por medio de la cual el cliente se comunica con una central telefónica disponible y suministrando una serie de datos que lo identifican obtiene información sobre sus cuentas y tiene la posibilidad de ordenar cierto tipo de gestiones, por ejemplo: el pago de servicios públicos.

2.10.2.3 Banca por internet (Internet Bankin)

La aparición del internet ha hecho que el crecimiento de la Banca Electrónica haya sobrepasado cualquier estimación y que se convierta en el medio de acceso por excelencia del cliente a su banco.

Así como son diversas las herramientas electrónicas y los beneficios que estas conllevan; también son varios los delitos informáticos que se presentan en el medio.

2.10.3 Delitos Informáticos

El Consejo de Estados miembros de Europa a través del Convenio de Cyber-delincuencia (2001) define a los delitos informáticos como “los actos dirigidos contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los sistemas informáticos, redes y datos informáticos, así como el abuso de dichos sistemas redes y datos.”

Además, se encuentran dos sujetos dentro del campo de acción de los delitos informáticos: un sujeto activo y otro pasivo. Los primeros generalmente poseen importantes conocimientos en el campo de la informática y logran tener acceso por diversas vías de la información confidencial de otras personas.

Los delincuentes tienen diferentes formas de engañar a los usuarios para obtener claves, algunas de estas formas son:

- **Pishing:**

Es una modalidad de fraude informático diseñada con la finalidad de robarle la identidad al sujeto pasivo. Es el uso no autorizado que un tercero hace de los datos que identifican a una persona con el fin de defraudar o cometer otro delito, [...]. El delito consiste en obtener información tal como números de tarjetas de crédito, contraseñas, información de cuentas u otros datos personales por medio de engaños.(Páez y Acurio del Pino, 2010)

Ya sea por la imitación de un correo electrónico de una institución financiera legítima o que logran que los usuarios ingresen a páginas electrónicas en apariencia iguales a las del banco y desde las mismas revelen sus datos personales.

- **Phaming:**

Similar al anterior, pero en esta modalidad el delincuente re-direcciona al usuario, es decir, lo manda a una página que se ve como la original de su banco y que recogerá las claves confidenciales cuando el usuario las digite.

- **Malware:**

El malware bancario, los troyanos y keyloggers, son todos programas utilizados para fines delictivos, como por ejemplo aquellos diseñados para captar y grabar las teclas que el usuario digita cuando ingresa su clave en una página web.

- **Skimming:**

Al momento en que una persona entrega su tarjeta de crédito en un local comercial, el delincuente la pasa por un aparato llamado skimmer que graba la información de la banda magnética de la tarjeta y luego la graba en una tarjeta falsa.

- **Estafa Piramidal:**

La estafa piramidal, el hoax y la carta nigeriana se distribuyen por correo electrónico y tratan de convencer al usuario de que entregando una suma de dinero o sus claves electrónicas, luego obtendrá grandes ganancias a través de una red social en la que aportan muchas personas.

La discusión del tema, comienza al buscar una persona o institución responsable siendo este el sujeto activo o pasivo; es decir, la tesis bancaria: argumenta que el cliente es quien ha tenido la responsabilidad por su descuido e ingenuidad en Internet, mientras que la tesis del consumidor: expone principalmente

un falta de información (incluso se dice que la información proporcionada no era coherente con la realidad) omitiendo hacer conocer al usuario del riesgo que la actividad con lleva. Además que los bancos no cuentan con las medidas de seguridad necesarias para prestar un servicio que se cataloga como riesgoso.

Se considera que, el Banco no puede controlar las actuaciones negligentes de la víctima en tanto exista un mal manejo de su información; al ser imprudente cuando accedió a las páginas electrónicas del Banco, brindó contraseñas y datos confidenciales a terceros.²¹

En el siguiente cuadro, se puede apreciar el descontrolado crecimiento de Delitos informáticos a nivel nacional:

Tabla 11 – Reporte de apropiación ilícita utilizando medios informáticos

Año	2009	2010	2011
# de casos	168	697	2618
Variación	-	315%	276%

Fuente: Fiscalía General del Estado – Presentación: Protección al Usuario Financiero. 1° Congreso Internacional de Protección y Educación del Usuario Financiero.

Elaboración: Mateo Hedian

La variación anual de las denuncias entre el año 2009 y 2010, es del 315%. En el siguiente año su variación es de 276%. Cifras alarmantes, necesaria de ser corregida lo más pronto posible.

2.10.4 Las obligaciones de los proveedores de servicios electrónicos

Es obligación de quien presta los servicios, informar en detalle a los usuarios sobre el tipo de seguridad que utiliza, explicando sus alcances y limitaciones. En caso de no contar con seguridades se deberá informar a los usuarios de este hecho, en forma clara y anticipada previamente el acceso a los sistemas; además, instruir claramente sobre los riesgos en que puede incurrir por la falta de sus respectivas seguridades.

²¹ En esta encrucijada, se encontraron la Superintendencia de Bancos y Seguros con la Fiscalía General del Estado, que tramitaron una elevada cantidad de casos de personas en estas circunstancias (alrededor de unas mil quinientas personas con un perjuicio de casi tres millones quinientos mil dólares), y que han acogido las exigencias de los perjudicados, quienes reclamaban la devolución del dinero sustraído.

En los Boletines Virtuales # 61 y # 63 – FELABAN se expone que: en virtud de la Resolución Interinstitucional promulgada por el Fiscal General del Estado y el Superintendente de Bancos y Seguros, se ordena a los bancos la devolución de dineros a clientes afectados por fraudes informáticos que presentaron sus denuncias en el período 01 de enero del 2010 hasta el 21 de marzo de 2011.

La resolución deja de lado el análisis individual caso por caso, inculcando a la fragilidad y vulnerabilidad de los sistemas informáticos empleados por los bancos, así como la omisión de la obligación de las instituciones financieras de su deber de protección al no informar al cliente los riesgos que existen al usar el servicio de banca en línea.

2.10.5 Derecho a la información y la autodeterminación informativa

El derecho al acceso de información, es violentado cuando se limita formal o materialmente el derecho que tienen las y los consumidores a la información pública. La primera regla para hacer efectiva la transparencia está en brindar la información, que permita tener un conocimiento claro sobre las actividades de las empresas que suministran un servicio como el caso de las Instituciones Bancarias.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2006: 3) señaló que “El derecho al acceso a la información pública es uno de los derechos humanos más importantes [...] pues si estamos informados podemos construir una sociedad transparente de la que todos somos responsables”. En el mismo sentido las Naciones Unidas señala que debe garantizarse el acceso a la información, cuando emitió “Las Directrices de para la protección del consumidor” (1999), en donde se señala que es: “Derecho a la información. La publicidad, las etiquetas, los precios, [...] y, en general toda la información de los productos y servicios que le ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y verdaderamente para que pueda elegir sabiendo lo que se está comprando”.

Por lo tanto un aspecto fundamental para la prestación de servicios electrónicos por parte de los bancos y demás instituciones financieras, es el tema de la información que ofrecen a sus clientes. Esta información además de clara y veraz debe de tener como respaldo niveles de seguridad informática para las transacciones que realice el cliente, dado que se expone a altos niveles de riesgo. Es claro que cada vez que una entidad bancaria amplía la oferta de servicios a sus clientes, también debe brindar la información necesaria que le permita al cliente no sólo conocer en qué consiste el nuevo servicio, sino, informar del riesgo que va paralelamente al servicio ofertado.

Los bancos tienen la obligación de informar y educar a sus usuarios sobre como tener un papel más proactivo para la identificación de amenazas virtuales y de esta forma minimizaría el riesgo de fraude.

Se requiere que el usuario se encuentre debidamente informado de sus deberes u obligaciones en el comercio electrónico, valore cuando la tecnología utilizada para brindar seguridad requiere de un conocimiento cada vez más amplio y la adecuada comprensión del papel que cada consumidor desempeña, con un adecuado manejo de sus responsabilidades.

La necesidad de una tecnología con máximos niveles de seguridad no es suficiente si el consumidor no tiene educación sobre su papel y los cuidados que deben tener con los nuevos canales tecnológicos. De nada vale contar con los mecanismos más avanzados, si el cliente no se encuentra debidamente capacitado para hacer el uso correcto de ellos y de este modo darle la seguridad necesaria a sus operaciones.

Al considerar a la educación financiera como en la transmisión de conocimiento, desarrollo de habilidades y actitudes orientadas a mejorar la toma decisiones financieras. Uno de los objetivos de la educación financiera es producir un cambio de comportamiento entre los agentes económicos en búsqueda de un bienestar económico para lo cual se deberá cumplir primeramente con un proceso determinado.

La educación financiera ya es una necesidad al hablar de un mercado financiero complejo que oferta gran cantidad de novedosos servicios, los mismos que son desconocidos por la gran mayoría. Así mismo, la tecnología al incorporarse a los servicios financieros, ha permitido claro que si, desarrollar grandes ventajas de tiempo y costo; sin embargo, la vulnerabilidad de las personas consumidoras de servicios financieros también se expandió

Al educar financieramente a las personas permitirá otorgar importante información, la misma que ha de traducirse como una herramienta de toma de decisiones. Una información que deberá ser adecuada, correcta, completa e imparcial, etc. necesaria para asegurar un comportamiento financiero apropiado en cada una de las etapas de la vida; es decir, cada persona independientemente la edad, deberá lidiar con la toma de decisiones afectando su situación financiera.

En el siguiente capítulo, se desarrollará un estudio de mercado para determinar el nivel de conocimiento y comportamientos financieros de una población específica

Capítulo III

Comportamiento y prácticas financieras en los usuarios del Banco XXX

El siguiente estudio de mercado se desarrollará a través de una encuesta a toda una muestra representativa del Banco XXX. Véase la encuesta completa en el Anexo C.

El estudio de mercado tiene como primer objetivo:

- Determinar si el grupo objetivo posee el conocimiento, habilidades y actitudes básicas que necesita para tomar decisiones eficientes en el manejo del dinero.
- Establecer si el grupo objetivo planifica para el futuro y toma acciones para mitigar futuros riesgos.
- Entender cuál es la salud financiera de nuestros clientes.
- Comprender cuáles son las estrategias financieras y cómo hacen para alcanzarlas.

El segundo objetivo será generar información sobre los participantes, información útil para diseñar los programas de educación financiera; así como:

- Definir los segmentos del mercado o grupos meta para la educación financiera.
- La forma (método y canal) más adecuada de educar financieramente a los clientes.
- Identificar los temas relevantes en los que se enfocará la educación financiera

Esta información servirá como punto de partida para poder identificar los comportamientos que se espera que los clientes apliquen en el futuro, así como desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes que respalden dichos comportamientos deseados.

Así se crean las bases para conectar el contenido y la implementación de la educación financiera con las necesidades, preferencias y capacidades de la población meta.

3.1 Metodología estadística para obtener la muestra y su representatividad.

Ámbito: Cliente del Banco XXX

Universo: Clientes con una o varias operaciones de crédito vigente.

Metodología: Encuesta personal.

Error muestral: para el conjunto de la muestra, y en el supuesto de muestreo aleatorio simple, será del $\pm 5\%$ de margen de error para un nivel de confianza del 99% (2,58 sigmas) y suponiendo la máxima variabilidad ($P=Q$), es decir $P = 50\%$.

Formula de tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P) \times N}{P(1 - P)Z^2 + (N - 1)E^2}$$

<u>Descripción</u>	<u>Variable</u>	<u>Valor Seleccionado</u>
Tamaño de Muestra	n=	?
Población	N=	82.000
Proporción anticipada	P	50%
Margen de Error	E	5%
Nivel de Confianza	90%, 95% or 99%	99%
Z score	Z	2,58

$$n = \frac{2,58^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5) \times 82.000}{0,5(1 - 0,5)Z^2 \times 2,58^2 + (82.000 - 1)0,05^2}$$

n=	660
Presunción de malos datos	5%
Muestra total (n+0,05 n)	693

Número efectivo de encuestas realizadas: **1.699 encuestas** distribuidas entre las siguientes regiones:

- Región Norte (304 personas);
- Costa Norte y Santo Domingo (260 personas);
- Pichincha (460 personas);
- Sierra Centro (607 personas);
- Manabí (192 personas);
- Guayas (645 personas); y
- Austro (132 personas).

Fecha de realización de las encuestas: entre Marzo – Junio de 2011

3.2 Características de la muestra

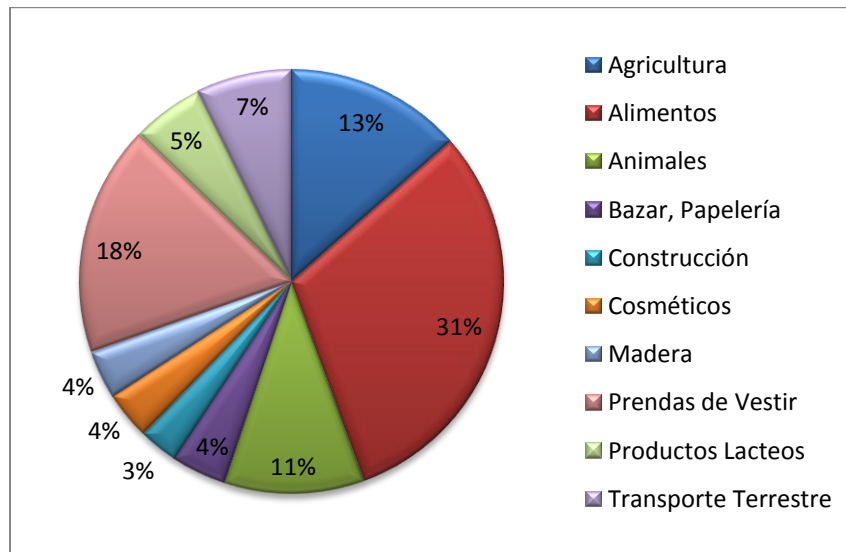
En la siguiente sección, se describe las características de la muestra de la clientela del Banco XXX, así se enmarcará el tipo de personas que se trabajará y a quiénes se analizará:

- El 52% de la muestra son mujeres, su diferencia varones;
- Aproximadamente el 75% de la población se encuentran en un rango de edad de 31 a 60 años; y solamente el 12% son mayores a 61 años;
- En cuanto a las cargas familiares, el 24% de la población no tienen ningún hijo, las personas con 1 y 2 hijos se concentra el 50%. Solamente el 15% de la población tienen 3 hijos;
- Al hablar del nivel de escolaridad, el 51% de la población han asistido solamente a primaria, el 38% a la secundaria, y el 1% no han recibido ningún tipo de instrucción escolar. Al parecer simplemente el 4% de nuestra muestra son universitarios;
- Los porcentajes de estado civil se reparten en orden ascendente de la siguiente manera: unión libre, soltero, casado con los valores de 14%, 18% y 53% respectivamente;
- El 70% de la población de la muestra viven en zonas urbanas, su diferencia en zonas rurales;
- El rango del monto, se concentra la clientela entre un monto de 1000 a 3000 con 55%, de 39% entre 3001 a 10.000;
- La división regional de nuestros clientes es de la siguiente forma:

Región	#	%
AUSTRO	132	5%
GUAYAS	645	24%
MANABI	192	7%
PICHINCHA	460	17%
REGION NORTE	304	11%
SIERRA CENTRO	607	22%
STO. DOMINGO y ESMERALDAS	260	10%
#N/A	99	4%
Total general	2699	100%

- Las actividades económicas de mayor representatividad entre nuestros clientes de la muestra se presentan en el gráfico 13

Gráfico 13 – Principales actividades económicas



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

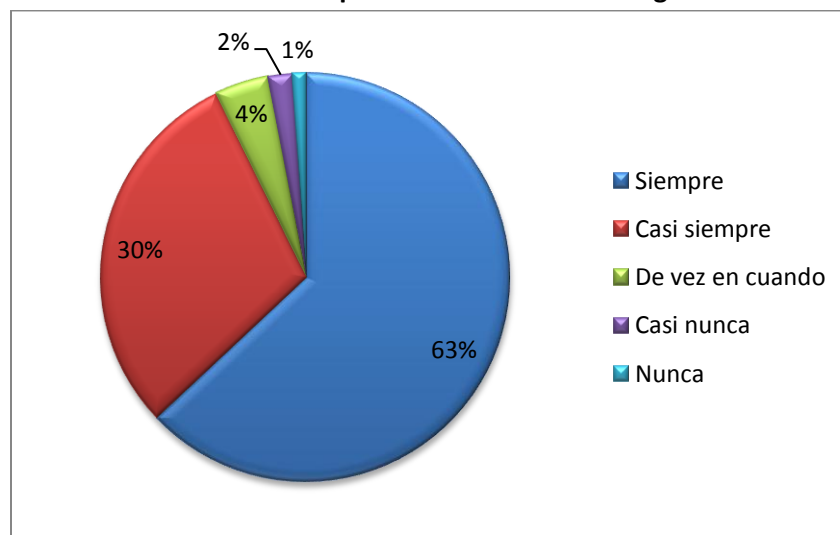
Elaboración: Mateo Hedian

Para una información más detallada véase **Anexo D**

3.3 Análisis de los resultados de las encuestas a usuarios financieros de la Entidad Financiera

En la siguiente sección, se analizará cada pregunta de la encuesta. Comenzando por la #1 - ¿Con qué frecuencia cubren sus gastos?

Gráfico 14 - ¿Con que frecuencia cubren sus gastos?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Del total de la muestra, sólo un 63% logra cubrir sus gastos, un 30% casi siempre y un 7% cubre sus gastos parcialmente o simplemente no lo hacen. Del grupo que cubre siempre sus gastos se concentra el 79% entre el rango de 31 a 60 años. Personas entre 21 y 30 años de edad solamente en un 58% logran cubrir siempre sus gastos. Un 60% de personas de 70 años en adelante también siempre lo hacen.

Al observar el gráfico # 14, vemos que un 37% de la muestra algún rato no han logrado cubrir sus gastos en su totalidad, o que nunca lo hacen (un porcentaje mínimo).

Entre la población que ha asistido solamente a la primaria y a la secundaria (con una sumatoria total entre las dos categorías de 91%), el 62% logran cubrir sus gastos y el 30% casi siempre. De las personas del grupo objetivo que poseen un título de tercer nivel, un 66% logran cubrir siempre sus gastos.

Entre la división por género, las mujeres logran cubrir siempre sus gastos en un 61% y los varones aproximadamente 3 puntos porcentuales más que las mujeres. Sin embargo, el 58% de personas que nunca cubren sus gastos son varones.

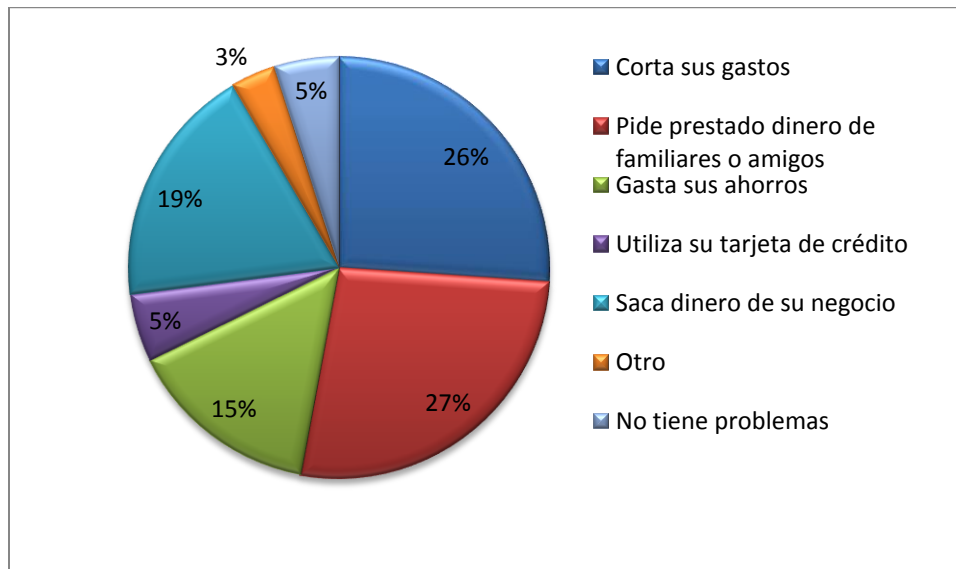
La región Sierra alcanzó a cubrir siempre en un 59% sus gastos; en cambio, en la región Costa lograron cubrir 69% de en su totalidad sus gastos.

Tanto un 40% en la zona rural y la zona urbana, no logran cubrir sus gastos en su totalidad.

Mientras el monto del crédito es mayor, las personas logran cubrir en un mayor porcentaje sus gastos; entre 1000 y 3000 dólares alcanzaron a cubrir en un 61%, entre 3000 y 10.000 dólares cubrieron 64% y finalmente entre 10.000 en adelante un 75%.

Un 37% de la población objeto de estudio, alguna vez no logró cubrir sus gastos; entonces, ¿qué hacen para solventar ese déficit financiero familiar?

Gráfico 15 - ¿Qué hace cuando no le queda suficiente dinero?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Al ser sus gastos son mayores que sus ingresos, un 26% de la población comenzaron a recortar sus gastos, de esta manera poder ajustar su ingreso para solventar sus necesidades.

Un 27% han pedido prestado dinero ya sea a familiares y amigos. Un 5% utilizaron su tarjeta de crédito. Es decir, un 31% de las personas no logran cubrir sus gastos en su totalidad, cubren dichos gastos con otras deudas. En otras palabras, trasladan sus obligaciones crediticias a diferentes acreedores.

A pesar que no se le considera como otra deuda, un 19% de la población sacan dinero de su propio negocio. Y un 15% utilizan los ahorros de la casa.

Al observar los resultados en rangos de edades, se observa que los más jóvenes (21 – 30 años) de la población, recurren un 34% a otras deudas para cubrir sus gastos ordinarios. En cambio, el rango de 31-60 años cubren sus gastos en un 44% recurriendo a otras deudas.

Al comparar los resultados con la variable “Nivel escolar”, observamos que un 22% de personas sin ninguna instrucción escolar cubren sus gastos regulares por medio de otras deudas (piden prestado a sus familiares y amigos, o utilizan su tarjeta de crédito). Mientras el nivel escolar de nuestra población es de mayor escala (primaria – secundaria – universitaria), se observa que los porcentajes cada vez son mayores, es decir: 26%, 30%, 41% respectivamente.

Al querer determinar cuál género cubre sus gastos con mayor deuda, se observa que del grupo poblacional que acumula deudas para cubrir los gastos son: 53% mujeres y 47% varones.

La diferencia entre los distintos montos de operaciones de microcrédito de cada cliente, se aprecia que mientras menor es el monto del préstamo cubren sus gastos con otras deudas; es decir, un 60% de personas con un monto entre 1000 y 3000 dólares tienen mayores dificultades para cubrir sus gastos por medio de sus ingresos regulares.

A continuación, se observará las diversas razones por lo que al grupo poblacional le quedó corto el dinero, es así que no pudieron cubrir sus gastos con sus ingresos ordinarios y tuvieron que recurrir a diversas alternativas financieras.

Gráfico 16 – Razón por lo que le queda corto el dinero



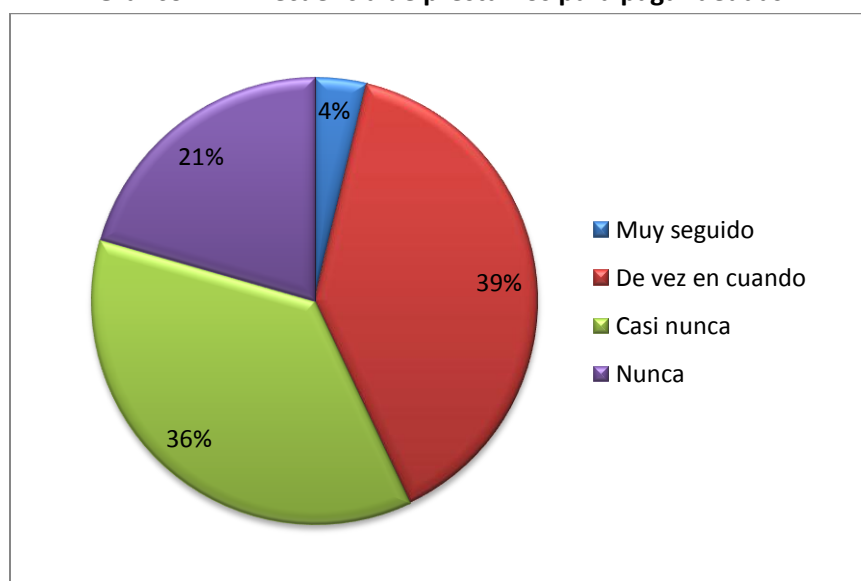
Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Los problemas financieros, empezaron por distintas razones de las cuales las siguientes son las más importantes: un 27% las personas no pudieron cubrir sus gastos porque se les presentó una emergencia médica. En un 49%, se produjo porque que las ventas del negocio disminuyeron y un 12% de la población tuvieron problemas personales.

En la pregunta número # 1, se preguntó cuál es la frecuencia con la que logran cubrir sus gastos y sus cuentas; y como respuesta tuvimos que un 63% de las personas lograban cubrir sus gastos por medio de sus ingresos mensuales; sin embargo, al cruzar las respuestas con la siguiente pregunta: ¿Con qué frecuencia ha tenido que pedir prestado dinero para pagar otras deudas?; se observan respuestas incompatibles; dado que según el siguiente gráfico 21% del grupo poblacional nunca han pedido prestado dinero para cubrir otras deudas.

Gráfico 17 – Frecuencia de préstamos para pagar deudas

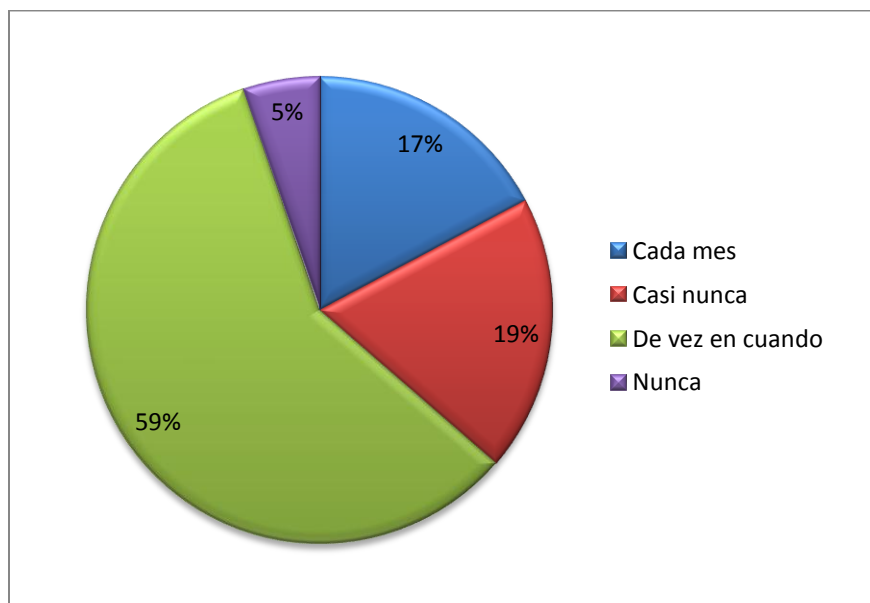


Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

El 21% de población objeto no piden préstamos para solventar otras deudas; obteniendo como resultado que el 79% alguna vez cubrieron sus deudas con otras deudas. Una situación más crítica es, que el 4% de la población siempre piden préstamos para cubrir otras deudas. La siguiente pregunta, tiene como objetivo determinar la frecuencia que las personas han tenido dinero de sobra.

Gráfico 18 – ¿Cuántas veces al año ha tenido dinero de sobra?

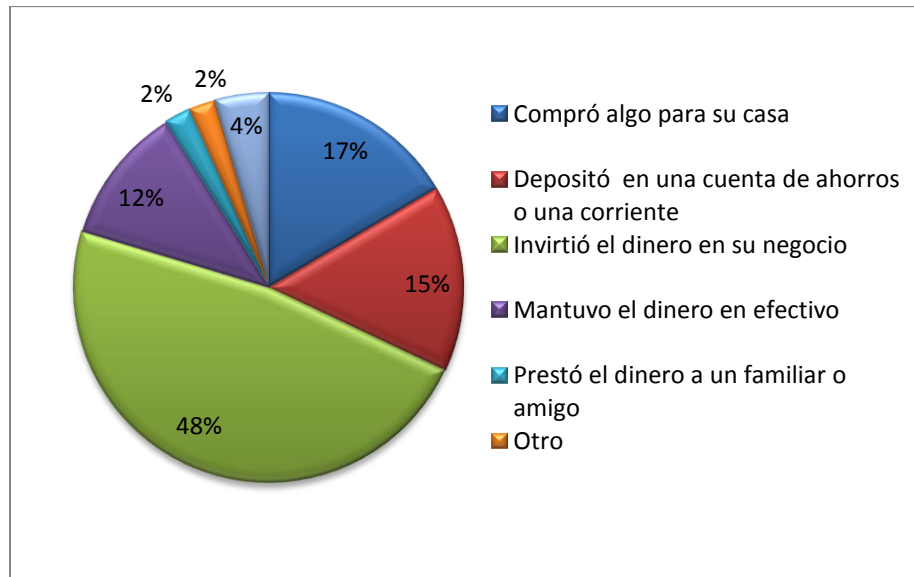


Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Obteniendo los siguientes resultados: al finalizar el mes, un 17% siempre le ha sobrado dinero luego de haber cubierto todos sus gastos. Un 59% de vez en cuando le sobra dinero y el 22% casi nunca o nunca le sobra dinero; pero, ¿podemos afirmar que el dinero fue usado de la mejor manera? La siguiente pregunta nos ayuda a determinar en qué han usado el dinero que les sobró.

Gráfico 19 – ¿Cuando le ha sobrado dinero qué ha hecho?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

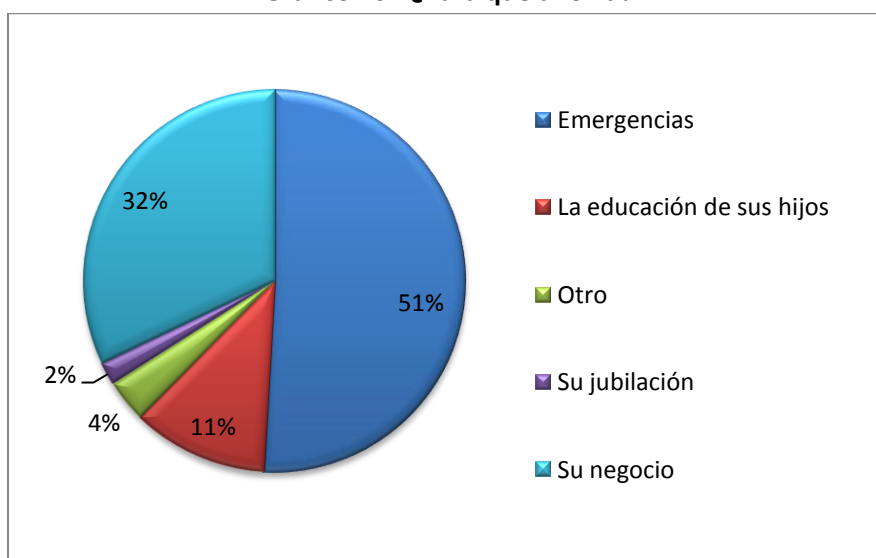
Elaboración: Mateo Hedian

El 17% de la población compró algo para su casa, el 27% de la muestra mantuvieron el dinero en efectivo ya sea en una institución financiera o sino en casa. Y el mayor porcentaje (48%) invirtió el dinero sobrante en el negocio.

¿Sabías que solamente el 51% de la población objeto ahorro de manera periódica? Y su diferencia (49%) simplemente no lo hacen de forma habitual.

La siguiente pregunta nos ayuda a determinar la razón por la cual los entrevistados ahorran de forma periódica:

Gráfico 20 - ¿Para qué ahorra?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

¿Para qué ahorran? El 51% de nuestra muestra ahorra para solventar emergencias. El 32% utiliza su ahorro para invertir en el negocio. El 11% invierten en la educación de sus hijos. Y tan sólo el 2% ahorran pensando en su jubilación.

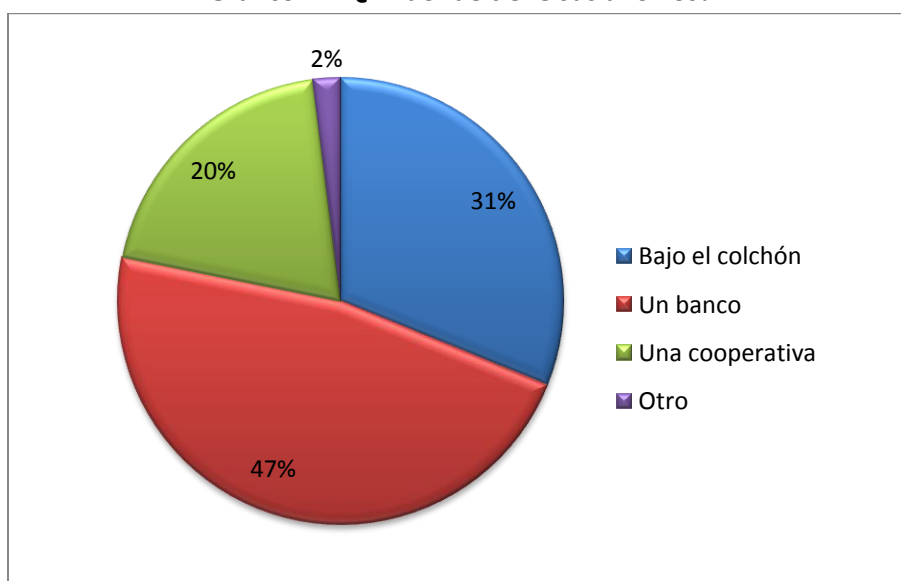
Las personas con un rango de edad entre 21 – 30 años es el rango que mayores ahorros destinan para solventar emergencias (31%). Las personas entre 41 – 50 años de edad son los que más ahorran (8%) para invertir en la educación de sus hijos. Y al hablar de jubilación el rango con la mayor edad 71 años en adelante son los que más se preocupan por su jubilación, ahorrando solamente un 3%.

Al referirnos al nivel de instrucción escolar, las personas que tienen un título de tercer nivel son las que más se preocupa por ahorrar para emergencias (40%). Las personas con ninguna instrucción, ahorran para invertir en su negocio con un 24%.

Entre las personas que ahorran para su jubilación el mayor porcentaje pertenece al grupo que vive en zonas urbanas con un 70%.

De las personas que tienen ahorros, se observa los siguientes resultados en el gráfico 21:

Gráfico 21 - ¿En dónde tiene sus ahorros?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

En orden ascendente tenemos las siguientes variables: en un Banco, bajo el colchón, en una Cooperativa, otro lugar; con los respectivos porcentajes 47%, 31%, 20% y 2%.

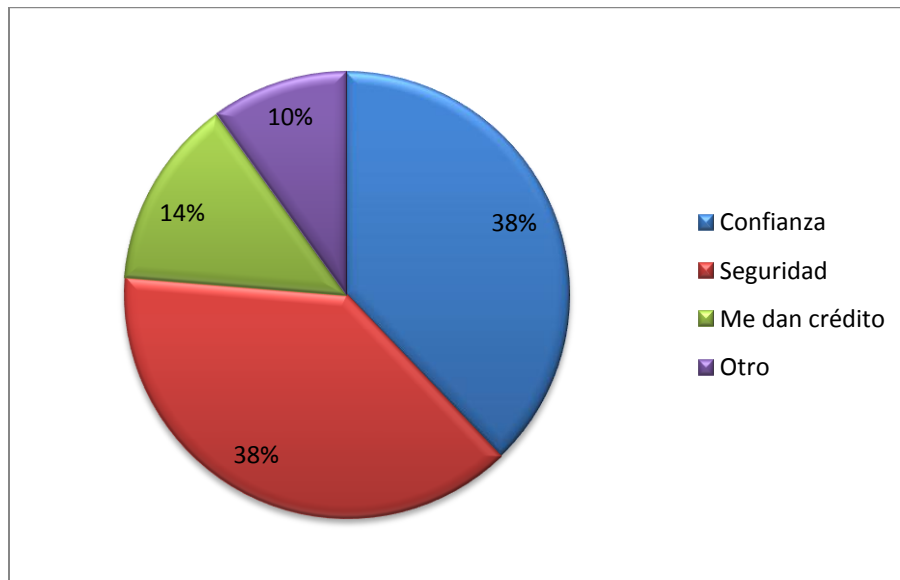
21% de las personas en el rango de edad entre 51 – 70 años tienen sus ahorros en bajo el colchón. En cambio, en el rango entre 31 – 40 años tienen el mayor porcentaje (30%) que depositan sus ahorros en un Banco.

En cuanto a las personas ubicadas en zonas rurales, depositan un 17% en una cooperativa, frente al 10% que lo hacen las personas en zonas urbanas.

Al hablar de rangos de montos crediticios, el 20% de personas ubicada entre el rango de 3001 – 10.000 dólares tiene sus ahorros bajo el colchón.

A continuación, se observará cuál ha sido la razón por lo qué las personas han escogido depositar su dinero en las distintas instituciones financieras.

Gráfico 22 – Motivo de su elección



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

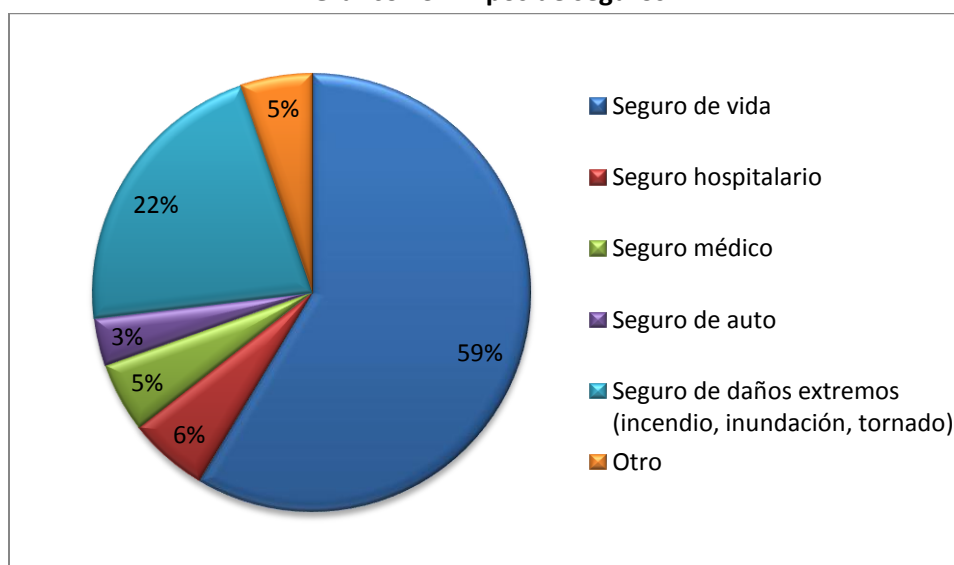
Un 38% de la población ha tomado su decisión en base a confianza; otro 38% expone que la institución financiera le brinda seguridad por medio del servicio que le otorga, un 14% han respondido que han elegido porque tienen facilidad para disponer de un crédito inmediato.

Las personas sin ninguna instrucción escolar respondieron que un 13%, su elección de la institución va a depender de la facilidad de acceder a un crédito inmediato.

Las personas que han recibido una operación de microcrédito mayor a 10.000 dólares, es el rango que posee el mayor porcentaje (13%) que decide en dónde depositar sus ahorros a base de la facilidad de obtener un crédito.

Uno de los objetivos del presente estudio de mercado, era establecer el nivel de riesgo que los clientes del Banco XXX asumen; por lo que se estableció las siguientes preguntas direccionadas para conocer qué tipo de seguros tienen, y de ser así, si alguna vez han utilizado.

Gráfico 23 – Tipos de seguros



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Del total de encuestados, las respuestas son las siguientes: el 59% tienen un seguro de vida, el 27% cuenta con un seguro contra daños extremos, un 11% entre los seguros hospitalarios y médico y finalmente un 3% tienen seguro de auto.

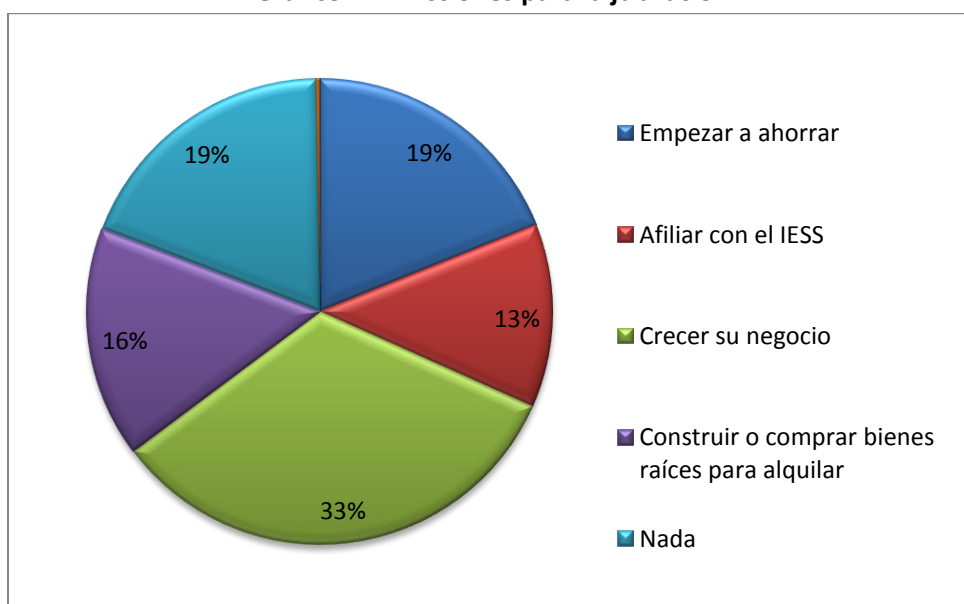
En el rango de edad entre 31 – 50 años abarcan un 58% de personas que tienen un seguro de hospitalización. Entre las personas más jóvenes (21 – 30 años) tienen apenas en un 14% seguro de vida, y tan sólo un 7% las personas mayores a 70 años de edad.

53% de las personas con una instrucción escolar primaria tienen un seguro de vida y 38% personas con instrucción escolar secundaria lo tienen; las personas analfabetas tienen tan sólo una contratación del mismo seguro del 1,5%. Total de asegurados solamente un 30% se encuentra en la zona rural (33% un seguro de vida y otro 33% un seguro hospitalario)

Del total de personas que han contratado un seguro (sea cual fuese el tipo), solamente un 10% de la población han utilizado por lo menos una vez su seguro.

Para conocer cuáles son las acciones que el grupo poblacional está tomando para prepararse para su jubilación, se desarrolló una pregunta en la misma línea.

Gráfico 24 – Acciones para la jubilación



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

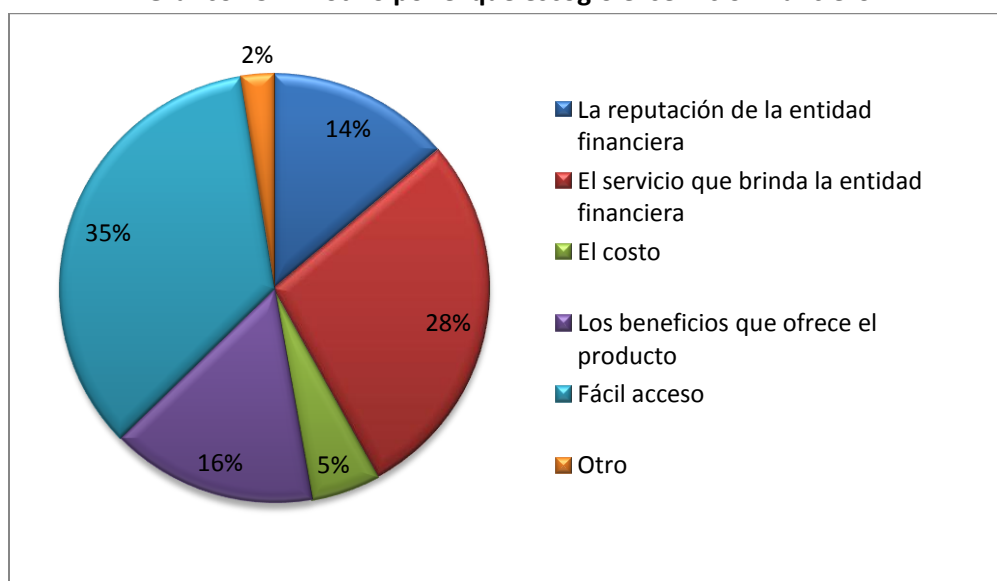
Las respuestas son diversas al preguntar, cómo se están preparando para recibir la jubilación, como por ejemplo: el 19% está empezando a ahorrar, tan sólo un 13% se encuentran afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, un 33% piensan crecer en su negocio con el objetivo de tener una estabilidad en su empresa para poder solventar sus gastos; un 16% desea adquirir un bien inmueble para poder vivir de su arriendo; y finalmente un 19% no están tomando ninguna acción para prepararse para su jubilación.

Las personas sin ninguna instrucción escolar, en un 45% desean hacer crecer su negocio. De las personas que no están tomando ninguna acción para enfrentar a la jubilación, el mayor porcentaje también lo poseen las personas sin ninguna instrucción escolar. En cambio las personas que tienen un título universitario están afiliadas al IEES en un 25%, siendo el mayor porcentaje en comparación con los distintos niveles de instrucción escolar.

En la zona rural, un 22% de la población total no están tomando ninguna acción para enfrentar a la jubilación. Al comparar los resultados con los distintos rangos de montos crediticios de cada cliente, se observa que las personas con un crédito entre 1001 – 3000 dólares así mismo no están tomando ninguna acción para estar listos cuando llegue la hora de jubilarse.

Por medio de la siguiente pregunta, se desea conocer si el cliente ha utilizado algún servicio bancario, y si lo hace cuál fue el motivo que le ayudó a escoger este servicio.

Gráfico 25 – Motivo por el qué escogió el servicio financiero



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Se observa que la reputación solamente representa un 14% del total de opciones. El 28% escogió el servicio financiero en base al servicio que reciben de la IFI; tan sólo el 5% tomó su decisión en función al costo del servicio, un 16% decidieron por los beneficios que vienen atados al servicio y la razón más grande por el cual los clientes han tomado su decisión es por el fácil acceso.

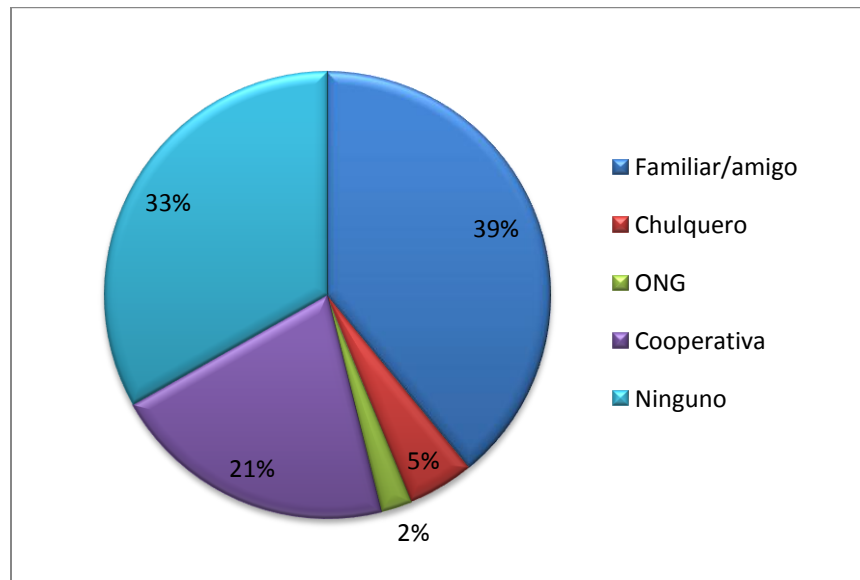
Con un rango de edad de 51 – 70 años y un promedio de 39%, han elegido el servicio financiero por la facilidad de acceso que tienen en una determinada institución financiera. El 28% de las personas mayores a 70 años han tomado su elección según la reputación de la institución.

Del total de personas con título universitario, sólo el 6% (siendo éste el mayor porcentaje) tomaron su decisión en torno al costo de los productos financieros. Por otro, lado las decisiones de las personas sin ninguna instrucción escolar tomaron lugar aproximadamente en un 50% al fácil acceso que les brinda cierta institución.

Las personas con créditos entre 1000 – 3000 dólares, con el mayor porcentaje de incidencia en su elección (36%) deciden sus servicios financieros en base al fácil acceso que les permite los ofertantes de los mismos.

La siguiente pregunta, tiene como objetivo saber si los encuestados por lo menos han recurrido a alguna fuente alternativa de dinero.

Gráfico 26 – Fuente alternativa de dinero

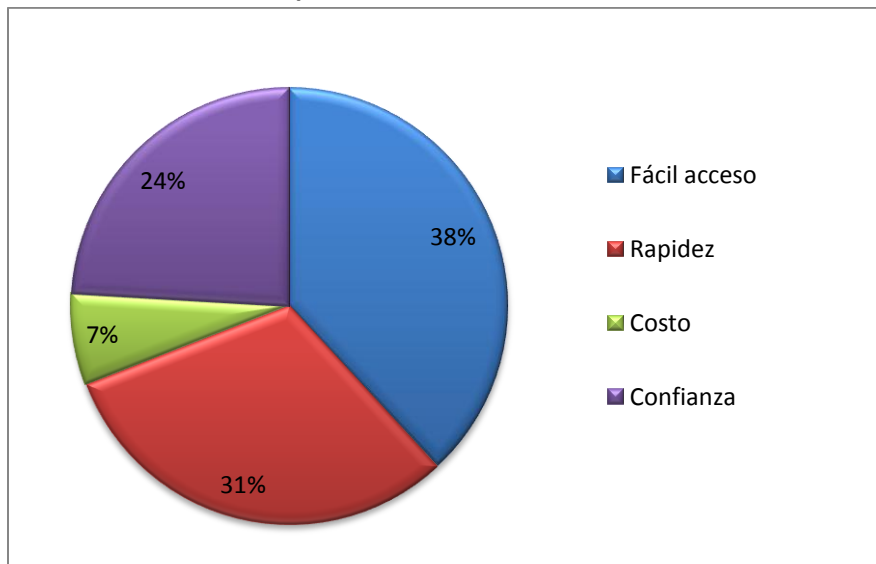


Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

De total de la población, el 33% no ha accedido a ninguna fuente alternativa para pedir prestado dinero. Es decir, un 67% lo ha hecho de la siguiente forma: 39% han pedido a algún familiar o un amigo, 5% lo han hecho a un chulquero, 2% a una Organización No Gubernamental y 21% a una cooperativa no regulada por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Las razones por las qué accedieron a una fuente alternativa de dinero son las siguientes:

Gráfico 27 – Razones para acceder a un fuente alternativa de dinero



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

En un 38% lo hicieron por el fácil acceso que estas alternativas ofrecían, un 31% por la rapidez de otorgamiento de un crédito, un 7% porque el costo era diferente; y 24% por la confianza que les brindaba estas diversas fuentes crediticias.

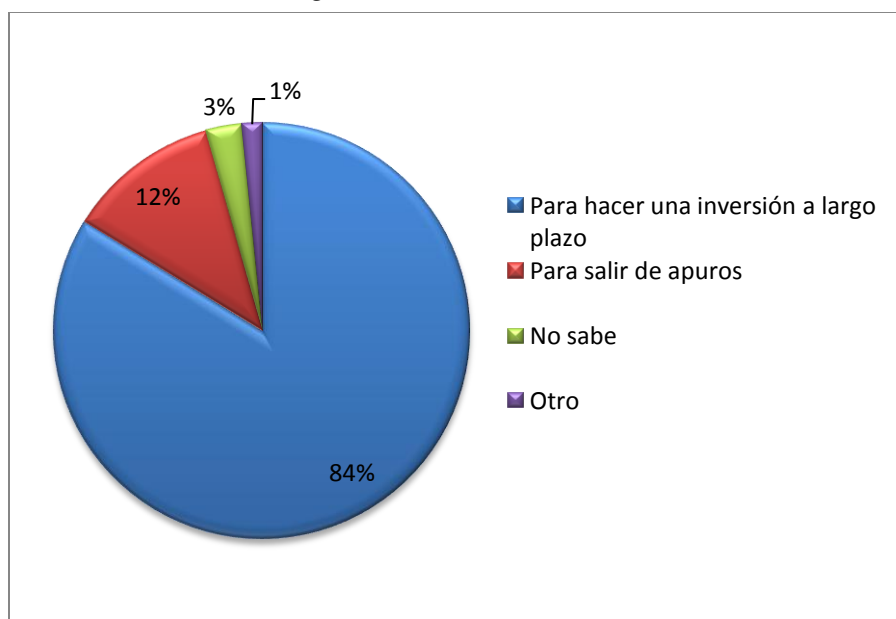
El grupo de personas con un rango de edad entre 61 – 70 años, es el grupo que en sus decisiones más toma en cuenta la variable confianza con un 30% de significancia. Las personas mayores a 70 años sus decisiones están basadas en un mayor porcentaje en el costo y fácil acceso con los siguientes porcentajes: 17% y 42% respectivamente. Entre 31 y 70 años de edad para tomar sus decisiones y elegir la fuente alternativa de préstamo se enfocan en la rapidez y agilidad del servicio.

Entre las personas con ninguna instrucción escolar la variable que mayor pesó fue el fácil acceso con 48%. Por otro lado, las personas con un título universitario prefieren la rapidez del servicio, siendo el mayor porcentaje (34%).

Entre las distintas zonas geográficas de residencia, los principales factores que incidieron en la elección fueron: en la zona rural – la rapidez con 33% y en la zona urbana – el fácil acceso con 41%.

Para determinar cuáles son las actitudes financiera de los encuestados, la siguiente pregunta cuestionó a los clientes cuándo se debe utilizar un crédito, con las siguientes respuestas:

Gráfico 28 - ¿Cuándo se debe utilizar un crédito?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

Un 84% de la muestra expuso “Para hacer una inversión a largo plazo”, un 12% “Para salir de apuros”, un 3% no saben la respuesta y 1% contestó la opción “Otro” con las siguientes respuestas:

- Enfermedad
- Mejorar condición de vida
- Para tomar unas vacaciones
- Para pagar la alimentación de su familia

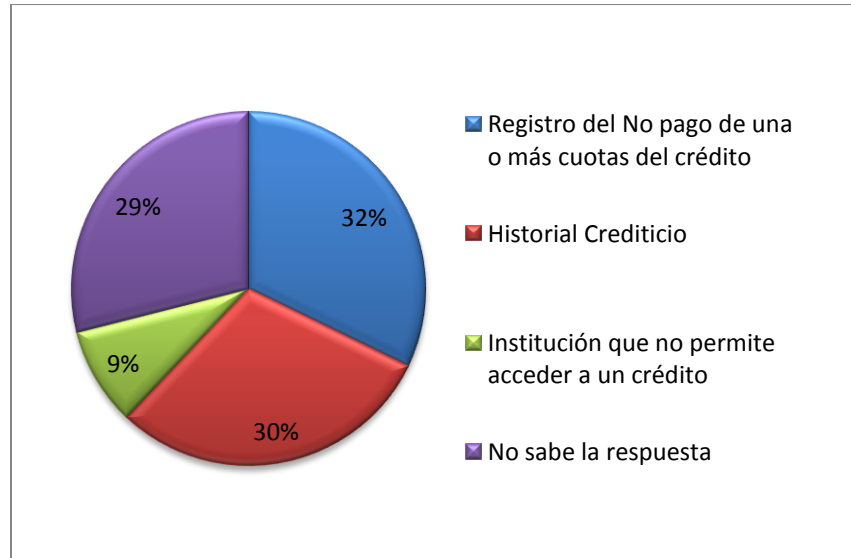
Otras preguntas para conocer el conocimiento de la muestra objeto de estudio, se planteó de lo siguiente forma: ¿cómo mejorar su historial crediticio?

El 94% respondió “pagando sus cuentas a tiempo”, un 3% “sacando prestamos en varias instituciones” y otro 3% “sacando una tarjeta de crédito”.

Para complementar la pregunta anterior, se formulo si conoce ¿dónde queda registrado su historial crediticio?, obteniendo las siguientes respuestas: un 51% desconoce dónde queda registrado su historial y un 49% sí conoce la respuesta.

La siguiente pregunta cuestiona a los encuestados: ¿qué es la Central de Riesgo?, con las siguientes respuestas:

Gráfico 29 - ¿Qué es la central de riesgo?



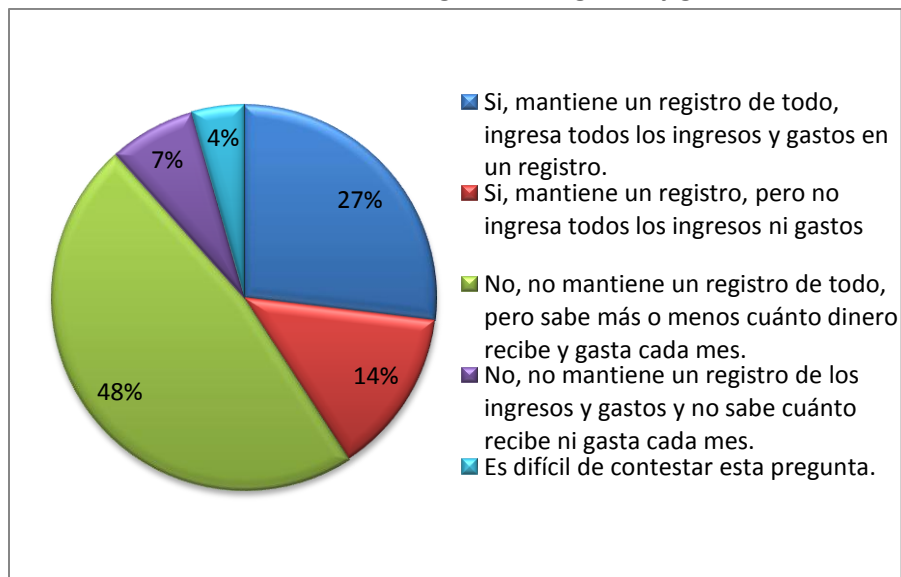
Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Un 30% de los encuestados respondieron que es un “Historial Crediticio”, un 32% manifestaron que es un “Registro del NO pago...” un 9% consideran a la Central de Riesgos como una “Institución que no permite acceder a un crédito” y finalmente el 29% desconocen la respuesta de la pregunta.

Con el objetivo de indagar más sobre los comportamientos y hábitos de nuestra muestra objetivo, se planteó la pregunta sucesora de la siguiente manera: ¿Lleva un registro de sus ingresos, sus gastos y deudas? Obteniendo las siguientes respuestas:

Gráfico 30 – ¿Lleva un registro de ingresos y gastos?



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Un 27% lleva de manera adecuada un registro, ingresando todos los ingresos y gastos diarios. El 14% lleva un registro pero, sin ingresar de forma constante los datos, 48% simplemente no llevan pero saben un estimado de cuánto gastan cada mes, un 11% simplemente no lo hacen ni tampoco pueden contestar la pregunta con certeza.

3.4 Resultados del Estudio de Impacto

3.4.1 Calificaciones de los comportamientos de los encuestados

Para establecer las características de la muestra en forma numérica, se seleccionó un grupo de preguntas adecuadas para que sus preguntas de selección múltiple puedan tomar valores numéricos; así, de esta forma se demostrará el nivel de conocimientos financieros, las actitudes y habilidades financieras, y la situación financiera actual de los encuestados.

Las preguntas consideradas son las siguientes:

1. En meses normales, ¿con qué frecuencia puede cubrir sus gastos y pagar todas sus cuentas? (*Liquidez Financiera*)
2. Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha pedido prestado dinero con un fuente alternativo? (*Liquidez Financiera*)
3. ¿Qué hace cuando no le queda suficiente dinero para cubrir sus gastos al fin de mes? (*Sobre-endeudamiento*)
4. ¿Con qué frecuencia ha tenido que pedir prestado dinero para pagar otras deudas en el último año? (*Sobre endeudamiento*)
5. ¿Usted ahorra de manera periódica y consistente? (*Ahorro*)
6. ¿Para qué ahorra usted? (*Ahorro*)
7. ¿En dónde tiene sus ahorros? (*Penetración de Sistema Financiero*)
8. ¿Una póliza de seguro le puede haber ayudado en ocasiones de riesgo cuando no ha tenido dinero suficiente para cubrir sus gastos? (*Penetración Sistema Financiero*)
9. ¿Cuáles acciones está tomando para preparar para su jubilación? (*Prevención de riesgos*)
10. ¿Lleva un registro de ingresos, gastos y deudas? (*Manejo del dinero: presupuesto*)

La metodología utilizada se basó en otorgar calificaciones a las respuestas de cada pregunta, manejando los siguientes valores ponderados:

- “5” para las mejores respuestas (excelentes comportamientos y conocimientos financieros)
- “3” para respuestas intermedias (Conocimiento básico, comportamiento financiero improvisado)
- “0” para las peores respuestas (Conocimiento financiero y comportamientos ineficientes)

El procesamiento de datos está dividido por segmentos de mercado; se decidió utilizar tres grupos categorías, que presentaron las mayores diferencias según sus respectivas particularidades:

Rango de edades:

- Niño (< 15 años);
- Joven (16 – 30 años);
- Adulto (31 – 50 años); y
- Adulto Mayor (>50 años).

Instrucción Escolar:

- Ninguna;
- Primaria;
- Secundaria; y
- Universitaria.

Zona Geográfica:

- Rural; y
- Urbano.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 12 – Parametrización numérica del nivel de conocimiento y comportamiento financiero

Rango de Edades					Nivel Escolar				Zona	
	Niño *	Jóvenes	Adulto	Adulto mayor	Ninguna	Primaria	Secundaria	Universitaria	Rural	Urbano
1	-	4,02	4,20	4,16	4,29	4,13	4,16	4,29	4,10	4,17
2	-	3,27	3,26	3,25	3,53	3,27	3,35	3,45	3,20	3,35
3	-	2,30	2,35	2,62	2,24	2,28	2,41	2,45	2,28	2,35
4	-	3,37	3,301	3,335	3,18	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
5	-	2,82	2,556	2,542	1,97	2,5	2,7	2,7	2,27	2,7
6	-	3,71	3,602	3,704	3,18	3,6	3,6	3,8	3,5	3,7
7	-	2,86	2,808	2,648	2,24	2,7	2,9	3,1	2,76	2,8
8	-	2,77	2,89	2,84	2,18	2,80	3,00	3,20	2,97	2,86
9	-	3,92	3,67	1,65	3,74	3,90	4,20	4,47	3,83	4,12
10	-	2,79	2,848	2,642	2,05	2,6	3,1	3,6	2,38	2,9

↑ 5

↔ 3

↓ 0

* Los datos de este rango de edad se desconocen por no tener personas de esta edad dentro de la muestra.

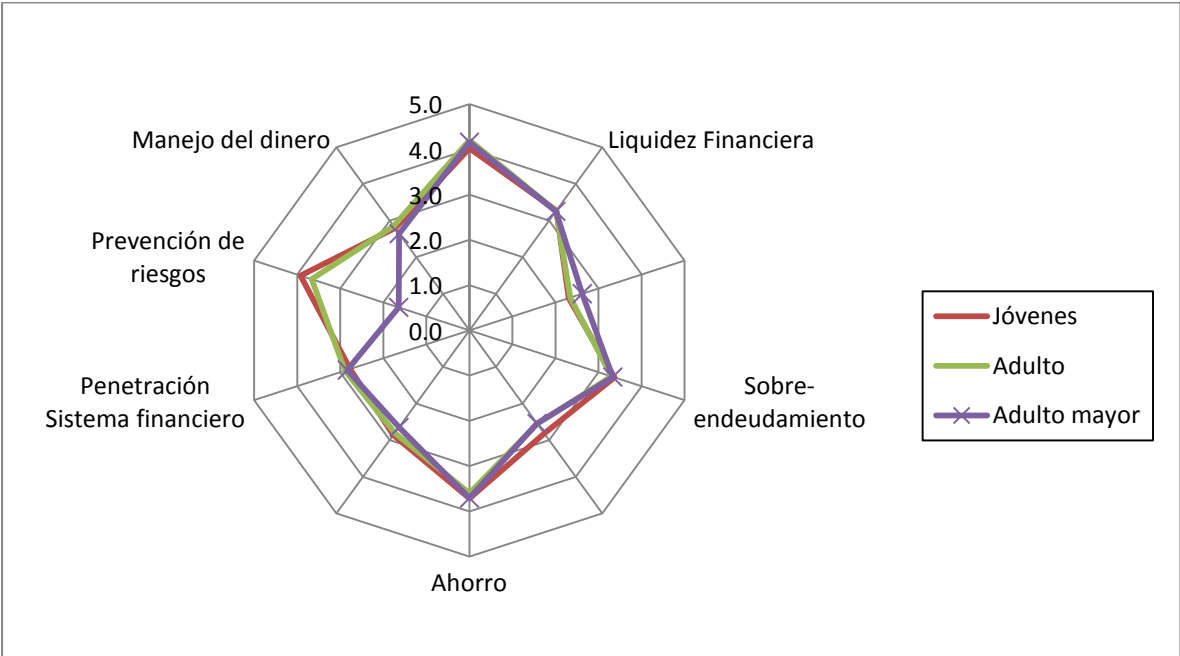
Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Los resultados también son presentados gráficamente; dividiendo las preguntas en categorías según su relación con los temas financieros:

Pregunta	Categoría
1 y 2	Liquidez Financiera
3 y 4	Sobre-endeudamiento
5 y 6	Ahorro
7 y 8	Penetración Sistema financiero
9	Prevención de riesgos
10	Manejo del dinero

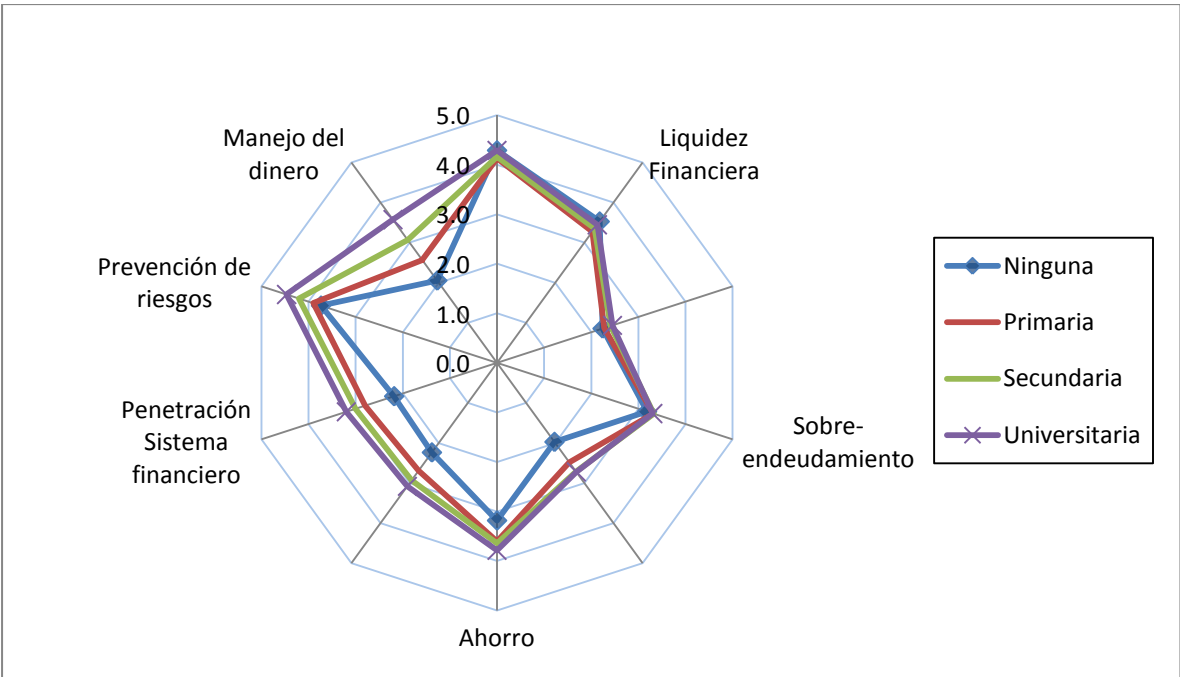
Gráfico 31 – Parametrización numérica por Rango de Edades



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

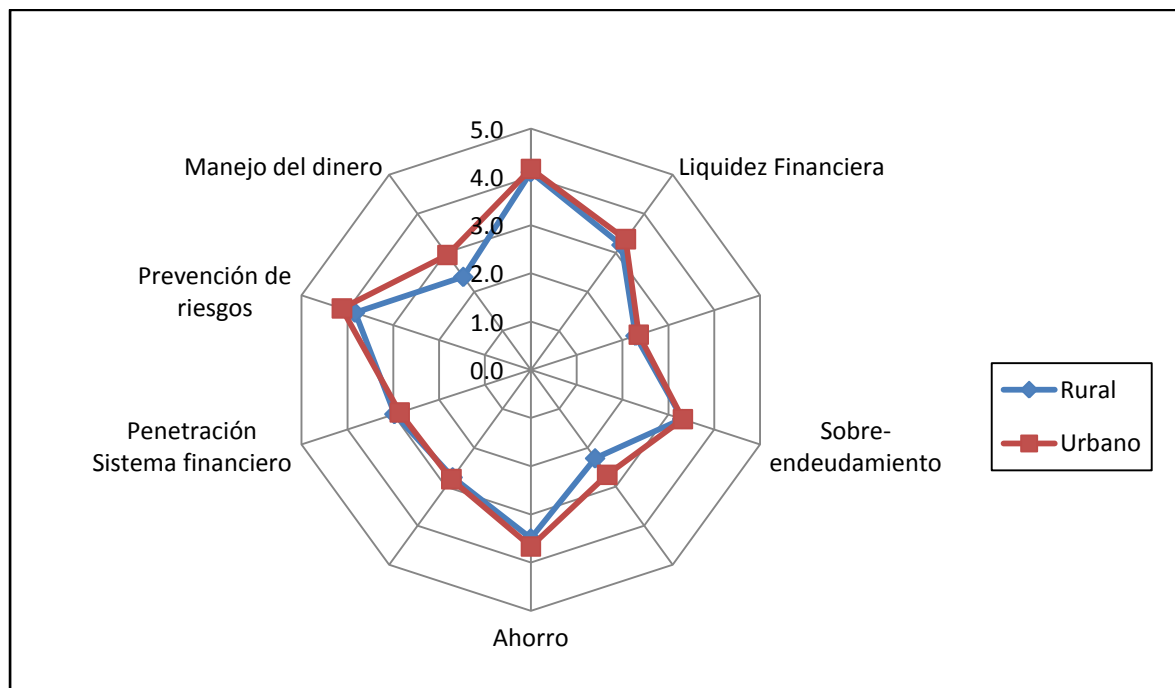
Gráfico 32 – Parametrización numérica por Instrucción Escolar



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Gráfico 33 – Parametrización numérica por Zona Geográfica



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

3.5 Perfil financiero

3.5.1 Liquidez Financiera

Los gastos en un 37% de los encuestados eran mayores a sus ingresos²², lo que les califica a un gran porcentaje como personas con problemas para solventar sus gastos normales. A pesar de ser una mínima parte las personas que nunca pueden cubrir en su totalidad sus gastos, es una característica clara, identificando que sus patrones de consumo son incorrectos y no están en función de su capacidad de pago.

La salud financiera de los clientes no es muy alentadora, dado que al no poder cubrir sus gastos de forma regular, los lleva a actuar de manera desesperada, endeudándose para satisfacer necesidades básicas

²² Un comportamiento semejante se constató en la encuesta realizada por Banamex, exponiendo que 31% de los encuestados tienen gastos por encima de las posibilidades económicas. A menor nivel socioeconómico, aumenta el porcentaje. (Martini; 183)

(recurren a familiares o amigos y a la tarjeta de crédito); obteniendo como resultado una cadena de endeudamiento sin fin.²³

Al sentir que no podían seguir gastando más que sus ingresos, la cuarta parte de nuestra población comenzó a recortar sus gastos o simplemente a buscar alternativas de gasto, como por ejemplo bienes sustitutos; de esta manera han podido ajustar sus gastos conforme a sus presupuestos.

Un 50% de la muestra no puede cubrir sus gastos prioritarios, dado que las ventas del negocio disminuyeron. Mostrando la inestabilidad financiera de los hogares, y cómo viven el “día a día”; es decir, sus ingresos familiares van a depender de las ventas periódicas del negocio.

La instrucción escolar va atada paralelamente al comportamiento financiero; es decir, mientras mayor es el nivel escolar de las personas, más eficientes son sus conductas financieras, es decir, tomaban en cuenta distintas variables de análisis y de comparación para tomar decisiones.

3.5.2 Sobreendeudamiento

Tres cuartas partes de la población alguna vez han cubierto deudas con otras deudas; en otras palabras, han trasladado simplemente sus obligaciones crediticias a diferentes acreedores. Una situación crítica porque ya que no es para solventar gastos (creando una deuda primaria), sino que ahora es peor, porque es para pagar otras deudas.

Satisfacer las carencias a través de un préstamo es una característica propia de las estrategias financieras reactivas comunes de los hogares con una salud financiera difícil. Sus ahorros, son por lo general, insuficientes para satisfacer sus frecuentes necesidades de efectivo inmediato.

Entre los comportamientos que se encontró entre los encuestados fue que cuando experimentan una crisis, van directamente a un acreedor (formal o informal) y asumen una deuda con escaso conocimiento de los costos asociados a los préstamos de las diferentes fuentes.²⁴

Tomando en cuenta otras variables de decisión como facilidad y rapidez de acceder a un crédito; pero, sin tomar en cuenta los costos financieros que acompañan a un crédito. Presentando además un limitado conocimiento de los riesgos asociados al sobreendeudamiento

²³ SEWA Bank constató en su estudio de mercado de educación financiera de sus clientes que: “Ante la necesidad de solventar un gasto asociado a un evento del ciclo de vida, los clientes piden un préstamo a un prestamista informal y/o a parientes, retiran dinero de sus cuentas de ahorro, usan fondos informales, retiran efectivo de sus negocios o venden o hipotecan un activo.” (Microfinance Opportunities, 2005: Pag. 22)

²⁴ En un estudio realizado en Bolivia por ProMujer, también constató que “La naturaleza del mercado microfinanciero [...] invita al uso del crédito como una solución inmediata para la solución de emergencias. Muchos clientes regulares se apresuran a pedir un préstamo cuando necesitan efectivo.” (Microfinance Opportunities, 2005: Pag. 21)

Sin embargo, tomar préstamos de múltiples fuentes es complicado y conlleva a nuevas presiones por las dificultades que los clientes enfrentan para controlar los diferentes cronogramas de pago.

Es el comienzo definitivamente de una burbuja financiera de los hogares, en algún punto los recursos serán insuficientes para responder por todas las deudas adquiridas, las mismas que seguirán creciendo. La presión será tan grande por cancelar las deudas, que estarían dispuestos a recurrir a cualquier acreedor sin considerar las condiciones crediticias, es decir, no tendrá un pre-análisis del crédito para determinar cuál será el de mayor beneficios; sino que por la desesperación optará por la primera oportunidad, posiblemente a entidades no reguladas o chulqueros.²⁵

A pesar que casi un 80% respondieron adecuadamente cuál era la finalidad de un crédito; es decir, la teoría la conocen muy bien. Sin embargo, un 79% recurrió a hacerse de más deudas para cubrir otras obligaciones crediticias; en este caso, las actuaciones financieras no van acorde a sus respuestas teóricas.

3.5.3 Ahorro

Los ahorros son considerados como la diferencia entre el ingreso y el gasto; y podrá ser utilizado en inversiones a corto y largo plazo. Además, otra alternativa de uso del ahorro, serviría como un fondo líquido disponible para enfrentar cualquier eventualidad y/o emergencias. El comportamiento de la muestra, han confundido el objetivo del ahorro, y utilizan el mismo para pagar sus gastos prioritarios. No sería una conducta financiera adecuada, si no fuese un comportamiento común y repetitivo; sin embargo, el grupo objetivo considera al ahorro como un monto disponible para cubrir frecuentemente sus gastos.

La mitad de la población objetivo ahorra de forma periódica, proporción de la cual el 20% confunden el término “ahorro” con “dinero que les sobró”. Un dinero que sobró al final del mes, no es ahorro por no ser éste constante, periódico y va a depender de la rentabilidad del negocio.

El comportamiento financiero de los encuestados, al tener dinero que le sobró al final del mes, se clasifica en reinversión en el negocio (48%), guardan el dinero en entidades financieras o en casa (27%) y un 25% lo gasta en consumo ordinario.

²⁵ El mismo resultado se evidenció en el “Estudio de mercado de la educación financiera” realizado por Microfinance Opportunities: “La administración de la deuda claramente es un reto para la mayoría [...] muchos se sienten bajo la presión de pedir dinero prestado no solamente para solventar los gastos que requieren grandes cantidades de dinero, sino también para sus gastos básicos de cada día. Inevitablemente, esto conduce a la solicitud de préstamos de diferentes instituciones y crea problemas para mantenerse a flote tratando de manejar múltiples pagos a la vez.” (Microfinance Opportunities, 2005: Pág. 18)

3.5.4 Penetración Financiera limitado

El estudio de mercado expulsó los siguientes resultados: muchos clientes no saben cómo usar eficazmente los servicios financieros disponibles. No comprenden cómo operan los bancos, qué deben esperar de un banco ni qué esperan los bancos de ellos. Los clientes son además consumidores mal informados sobre los productos que usan y otros productos existentes a su disposición.

La penetración en el sistema financiero regulado tiene porcentajes relativamente bajos. Solamente el 67% de los encuestados depositan sus ahorros en una entidad financiera, 31% de las personas guardan sus ahorros bajo el colchón, lo que es realmente preocupante dado que no confían en el sistema. Su actitud es contradictoria porque el 100% de la muestra tiene un crédito; sin embargo, un 62% piensa que es inseguro dejar el dinero en entidad financiera.

Dos tercios de la población objetivo de estudio, ha accedido alguna vez en su vida a una fuente alternativa de crédito (familiares, amigos, chulquero, ONG's, cooperativas no reguladas por la SBS). Los encuestados tienen una leve noción de las ventajas y beneficios que otorgan al trabajar con una institución financiera regulada. Es decir, la penetración en el mercado financiero regulado es limitada, dado que en un gran porcentaje las personas que prefirieron fuentes alternativas de crédito.

Las condiciones de crédito que aceptan al recibir el dinero por cualquiera que sea la fuente, son precarias y frágiles al no basarse en regulaciones, ponen en una situación de vulnerabilidad y de constante incertidumbre.

Los encuestados, eligen la institución financiera con la cual desean trabajar en un gran porcentaje por la facilidad para disponer de un crédito inmediato. El dilema financiero que encontrarán las personas, es que los créditos al ser fáciles de acceder, no siempre son los más adecuados a las necesidades financieras de cada uno.

Las actitudes que les direcciona a los encuestados a tomar decisiones, más que factores financieros son la: reputación, servicio, beneficios atados a los productos, fácil acceso, etc.; y una mínima parte determinan su decisión en función de los costos de los servicios financieros.

Cuando un crédito no ha sido analizado previamente ni diseñado acorde a los requerimientos personales, el resultado se refleja al momento de no poder ser responsables financieramente para hacer frente a las obligaciones crediticias. Es recomendable, informarse antes de firmar el contrato, conocer cuáles son las condiciones que van atadas al crédito y analizar si las mismas son las más favorables en el mercado.

Para poder determinar y hacer una elección eficiente sobre qué servicios financiero puede ser el más acorde a las necesidades personales, cuál es el más conveniente en plazo, tasa de interés, servicios atados al préstamo, etc.; se debe indagar en varias opciones y hacer un análisis previo a la elección; sin embargo, las urgencias y presiones crediticias les llevaron a los encuestados a contratar servicios

financieros a “ojos cerrados”, sin tomar en cuenta quién es el acreedor y además sin considerar si éste es la mejor opción.

3.5.4.1 *Conocimientos relacionados al Sistema Financiero*

La mitad de los encuestados desconocen dónde queda registrado el historial crediticio de cada uno de los consumidores financieros. Además, desconocen la forma para mejorar su historial crediticio y cómo ser sujeto de crédito.

Solamente un 30% de la población conocen con certeza que es la central de riesgos, el resto de las personas encuestadas, tienen una definición errada o simplemente desconocen; una información básica y que debería ser de conocimiento general a toda persona que acceda a un crédito. Algunas respuestas “varias”, sobre qué es la central de riesgo fueron:

- Asociación bancaria
- Un pecado mortal al tener retrasos
- Son acciones que obligan dentro del sistema financiero a fomentar el desarrollo económico
- Pierde seguridad del dinero, mala reputación
- Libro de vida de personas
- Mide de la capacidad de pago
- Es una empresa que ayuda que cobre por el crédito
- El riesgo del volcán Tungurahua

3.5.5 *Prevención de riesgos*

Las personas encuestadas no están preparadas para enfrentar emergencias de cualquier índole (médicas, accidentes, desastres naturales, etc.) Por lo que, al suceder una emergencia, arriesgan la estabilidad financiera del hogar y se genera la preocupación al no cubrir los gastos prioritarios; determinando como resultado que las personas no han sido precavidas en cuanto a emergencias, y no disponen de alternativas financieras que ayudan a mitigar el riesgo.

Mientras mejor es la instrucción escolar, las personas encuestadas tienen mayor consciencia por los riesgos y los acontecimientos inesperados que pueden ser considerados como emergencias.

Los encuestados ignoran sus derechos y responsabilidades que asumen al momento de aceptar el contrato crediticio. Un ejemplo claro, es el desconocimiento de los seguros que contratan en el crédito. Un 41% de las personas respondieron no tener un seguro de vida y desgravamen; sin embargo, el 100% de los prestatarios lo tienen por ser obligatorio con el crédito.

La asimetría de información de las personas que consumen servicios financieros, hace que se estipulen las interrogantes: ¿conocen realmente los beneficios y la cobertura del seguro? ¿Tienen conocimiento total de los términos, condiciones, obligaciones, derechos y responsabilidades al contratar un seguro? Y podemos evidenciar dicha suposición, al constatar que solamente un 10% de la población asegurada han utilizado alguna vez el seguro contratado.

Al preguntar sobre los comportamientos adoptados para enfrentar la jubilación; los encuestados están desprotegidos, dado que solo un 13% se encuentran afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). El 87% tienen planes e iniciativas por comenzar pero nada definido aún. Lo que les describiría como personas susceptibles al riesgo de jubilarse sin tener una fuente segura de ingresos.

Son desinteresados, al no preocuparse por la incertidumbre de su futuro ni tampoco cómo van a solventar los gastos al no poseer las mismas fuerzas ni energías para trabajar.

3.5.6 Manejo de dinero

Sin un presupuesto familiar y por ende desconociendo cuáles son sus verdaderos rubros de ingreso y gasto; un 30% han conformado una plataforma de consumo, apoyado por desgracia no en sus propias fuentes económicas, sino, en fuentes exógenas (deudas).

La no separación de las finanzas del hogar junto con las del negocio, han permitido disponer del dinero de ambas partes, simplemente cuando no se logra cubrir un gasto ordinario. Una reacción financiera que confunde los flujos reales (contabilidad) y amenaza la estabilidad financiera de la microempresa.

A pesar de haber respondido un 63% de la muestra que logran cubrir sus gastos, el resultado no va conforme ni alineado al responder que solamente un 17% le sobra dinero después de haber cubierto sus gastos. Situación crítica, que refleja una incoherencia entre las respuestas de los encuestados y además, una desorganización en el presupuesto familiar, al desconocer los rubros verdaderos.

Aproximadamente el 20% de la población objetivo, desconoce para qué y cómo utilizar un crédito; es decir, algunas de sus respuestas fueron: para salir de apuros, para tomar vacaciones, para pagar la alimentación del hogar, etc. Hechos que alertan al control crediticio del mercado, por el simple hecho de ser una irresponsabilidad al otorgar créditos a personas con desconocimientos financieros básicos, reflejados en el riesgo de no pago.

Desconocen en su gran mayoría con exactitud del flujo de ingresos y gastos del negocio, a causa de no llevar un registro en detalle y estricto. Un comportamiento ineficiente para conocer en pormenor los gastos siendo estos mínimos o importantes.

En resumen, los resultados muestran un conocimiento financiero limitado de los encuestados, dado que su comportamiento se traduce en reacciones financieras, las mismas que hacen nos hacen considerar que están “viviendo el día a día”, reaccionando a los hechos después que éstos ocurren.

No poseen planes para contrarrestar riesgos ni menos están preparados personalmente para emergencias. No planifican un futuro financiero, ni menos tiene metas a largo plazo. Al momento de adquirir un servicio financiero, no consideran otro factor más que su accesibilidad; las circunstancias financieras del consumidor presionan a tomar decisiones descontroladas e ineficientes.

Su salud financiera no muestra signos de estabilidad; una situación que corrobora para asumir esta afirmación es la necesidad de pedir dinero prestado para cubrir los gastos prioritarios y corrientes de cada día.

A través del nivel de conocimientos y el comportamiento financiero de los clientes del Banco XXX, serán un parámetro para proponer distintas directrices para la construcción de un Programa de Educación Financiera. A continuación, en el siguiente capítulo se expondrán algunos de los parámetros que se deberán tomar en cuenta para el planteamiento y ejecución del Programa de Educación Financiera desde un Banco Privado.

Capítulo IV

Parámetros propuestos para un Programa Educación Financiera desde un Banco Privado

Se desarrolló el Programa de Educación Financiera según: “Los Principios y buenas prácticas para la concienciación y educación financieras. OCDE.” (Punto 14 – 26). Véase Anexo A. Y “Los Principios básicos para unos planes de educación financiera de alta calidad. Comisión Europea.” (Art. 4 – 8) Véase Anexo B

4.1 Objetivos

El objetivo del Programa será proporcionar información puntual y considerable que ayude a mejorar la comprensión del sistema y productos financieros; por medio del conocimiento de la información adecuada sobre el sistema, productos financieros, dinero, ahorro, presupuesto mensual del hogar, etc. desarrollaran habilidades consideradas como herramientas eficientes para enfrentar las debilidades que los usuarios presentan, y tomar decisiones apropiadas a base de una suficiente información.

4.2 Contenidos

Para responder qué temas se implementarán en el Programa de Educación Financiera, es necesario comenzar determinando los comportamientos deseados; por lo que se ha procedido a proponer cuáles son los comportamientos actuales y cuáles son los comportamientos deseados, distribuidos entre los mismos temas de estudio que se han venido manejado en el presente trabajo de investigación.

Una vez que ya se han planteado (tabla 13) los comportamientos actuales y cuáles serán los comportamientos deseados, éstos servirán para alinear el contenido del programa en función de los comportamientos trazados. Es decir, se conoce cuáles son sus debilidades financieras y por ende se cuáles serían los temas de mayor importancia a considerar.

Tabla 13 – Comportamientos financieros actuales vs. Comportamientos financieros deseados

Categoría	Ejemplos de comportamientos actuales	Ejemplos de comportamientos deseados
Salud Financiera	Recurrentes a préstamos para satisfacer gastos prioritarios	Endeudarse responsablemente
	Consumo excesivo no atado a su ingreso	Consumo en función de una capacidad de pago
Sobre-endeudamiento	Endeudamiento irresponsable sin previo análisis	Analizar las diferentes opciones de cada proveedor
	Cubrir deuda con otra deuda	Realizar un plan para reducir la cantidad de deudas
	Préstamos con una comprensión limitada de los términos y consecuencias del no pago	Informarse, entender y comprender las condiciones de un crédito
	Al negociar un contrato los usuarios poseen una posición débil de negociación	Negociar según las necesidades financieras personales
	Ahorros no periódicos	Tener un plan de ahorro
Ahorros	Confusión entre ahorros y dinero de sobra	Voluntad y constancia para ahorrar
	Ahorros no vinculados con metas financieras	Tener una cuenta de ahorros para hacerlo de forma periódica
Penetración Financiera	Restringido conocimiento sobre servicios financieros	Conocer sobre las opciones financieras así sus términos y condiciones
	Limitado uso de servicios bancarios	Utilizar los productos bancarios para alcanzar objetivos financieros
	Desconfianza por los proveedores de servicios financieros	
Prevención de riesgos	Préstamos para cubrir emergencias	Tener una monto de dinero, que respaldará como colchón para emergencias
	Actitudes financieras reactivas	Actitudes financieras precavidas
	Ausencia de un plan para la jubilación	Ejecutar un plan para la jubilación
Manejo del dinero	Viven el día-a-día	Planeación según los gastos
	Falta de planificación financiera a largo plazo	Hacer un presupuesto para la administración del dinero
	Gasto innecesario	Evitar gastos innecesarios

Fuente: Microfinance Opportunities

Elaboración: Mateo Hedian

El siguiente cuadro resume la puntuación promedio que recibió cada categoría financiera:

Bajo un análisis general de las valoraciones de cada tema financiero, al querer observar cuáles son los temas más críticos por sub-categoría; es decir, Edad (Jóvenes, Adulto y Adulto Mayor), Instrucción escolar (Ninguna, Primaria, Secundaria y Universidad) y Zona geográfica (Rural y Urbana), los resultados son los siguientes:

Tabla 14 – Parametrización numérica según su nivel de prioridad

Promedio por categoría	PROMEDIO
<i>Liquidez Financiera</i>	3,75
<i>Sobre-endeudamiento</i>	2,84
<i>Ahorro</i>	3,06
<i>Penetración Sistema financiero</i>	2,80
<i>Prevención de riesgos</i>	3,72
<i>Manejo del dinero</i>	2,76

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

A nivel general los temas críticos de mayor nivel de importancia y prioridad para ser tomados en cuenta en el Programa de Educación Financiera son los siguientes: “Manejo del dinero” es la categoría con la valoración más crítica, por lo que dicho tema deberá tener mayor consideración el momento de desarrollar el Programa de Educación Financiera. La segunda categoría con una puntuación crítica es “Penetración del Sistema Financiero”, seguido de “Sobre-endeudamiento”. Al ser estas tres categorías donde se obtuvo los menores puntajes, se recomendaría tomar en consideración y con mayor empeño en los programas de Educación Financiera.

Según la puntuación de cada tema por categoría, se procedió a determinar cuáles son los temas de mayor prioridad, a ser tomados en cuenta según la sub-categoría; es decir, entre menor puntuación tenía el tema financiera, mayor importancia en ser considera en los Programas de Educación Financiera a ejecutarse. Por lo que a continuación se presentará la simbología que se utilizó para puntuar la “Prioridad”:

Simbología	Prioridad
+++	Muy baja
++-	Baja
++	Moderada
+-	Intermedia
+	Alta
-	Muy alta

Los resultados son los siguientes:

Tabla 15 – Nivel de prioridad según el Rango de Edades

Categoría	Niño *	Jóvenes	Adulto	Adulto mayor
Liquidez Financiera		++ -	+++	+++
Sobre-endeudamiento		+ -	-	++
Ahorro		++	++	++ -
Penetración Sistema financiero		+	+ -	+ -
Prevención de riesgos		+++	++ -	-
Manejo del dinero		-	+	+

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Tabla 16 – Nivel de prioridad según la Instrucción Escolar

Categoría	Ninguna	Primaria	Secundaria	Universitaria
Liquidez Financiera	+++	++ -	++ -	++ -
Sobre-endeudamiento	++	+ -	-	-
Ahorro	+ -	++	++	+ -
Penetración Sistema financiero	+	+	+	+
Prevención de riesgos	++ -	+++	+++	+++
Manejo del dinero	-	-	+ -	++

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Tabla 17 – Nivel de prioridad según la Zona Geográfica

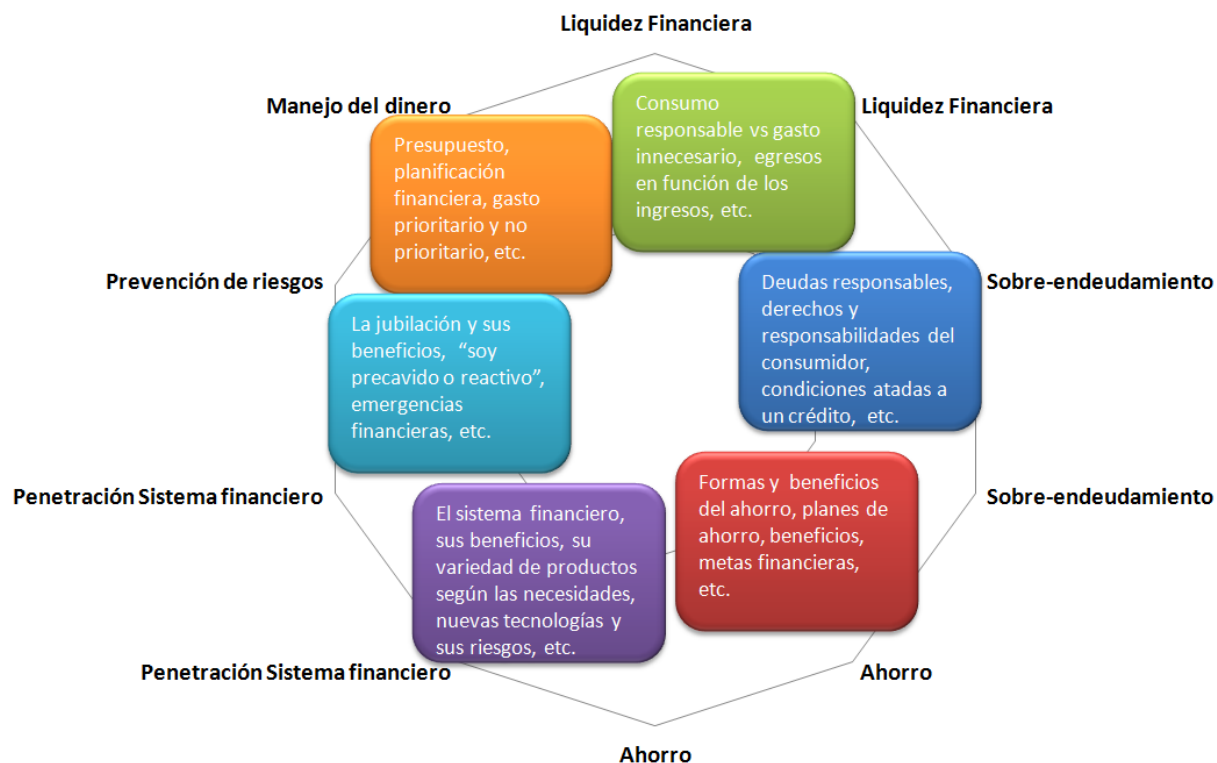
Categoría	Rural	Urbano
Liquidez Financiera	++ -	++ -
Sobre-endeudamiento	+	+
Ahorro	++	++
Penetración Sistema financiero	+ -	-
Prevención de riesgos	+++	+++
Manejo del dinero	-	+ -

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

Los temas financieros propuestos más relevantes que se deberían incluir por cada categoría se presentan en el Gráfico 34

Gráfico 34 – Temas financieros propuestos para un Programa de Educación Financiera



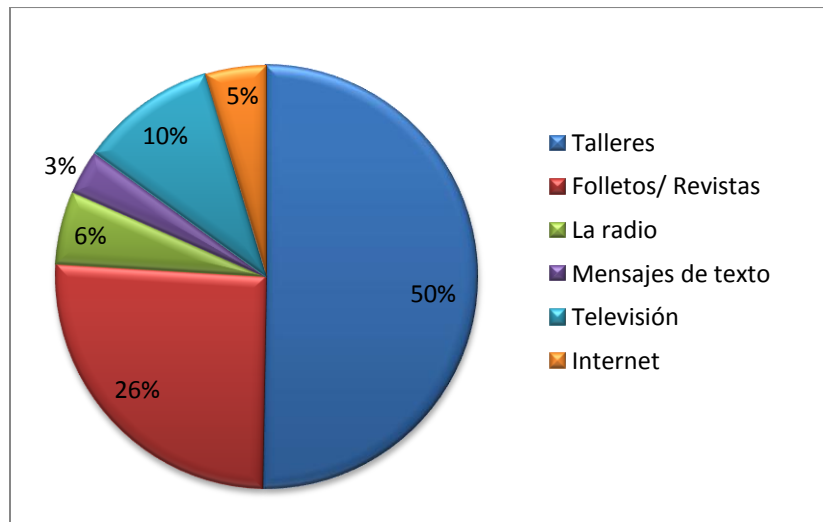
Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

Para obtener los cambios deseados en los comportamientos, el diseño de la educación financiera debe considerar no solamente el contenido y los objetivos de la capacitación, sino también el medio más apropiado para llegar a cada grupo meta.

4.3 Métodos y medios para educar financieramente

Para conocer cuál sería el medio más propicio para educar financieramente, incluimos una pregunta en la encuesta donde los clientes debían seleccionar por orden de preferencia los canales con los cuales se sentían más cómodos para ser educados; y estos fueron los resultados obtenidos:

Gráfico 35 – Canales para educar financieramente



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

De manera general, 50% de los encuestados prefieren que la educación se lo realice en talleres presenciales, 26% por medio de folletos y revistas, 6% en la radio, 3% utilizando la tecnología de mensajes de texto, 10% por medio de la TV y 5% a través del internet.

Así mismo, los resultados desagregados son los siguientes:

Tabla 13 – Canales para educar según el Rango de Edad

	Niño	Jóvenes	Adultos	Adulto mayor
Talleres	-	48,65%	51,06%	51,62%
Folletos/Revistas	-	23,53%	25,08%	27,77%
Radio	-	6,60%	4,93%	7,70%
Mensajes Texto	-	3,97%	3,45%	2,27%
Televisión	-	10,22%	10,33%	7,19%
Internet	-	7,03%	5,14%	3,45%

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX
Elaboración: Mateo Hedian

Cada sub-categoría tienen preferencias casi similares; tanto “Jóvenes”, “Adultos” y “Adultos mayores” prefieren en un 50% talleres presenciales, seguido de la instrucción por Folletos y Revistas con un promedio de 25%. La diferencia, es decir, el 25% restante será considerado como medios tecnológicos para educar a las personas. El canal “tecnológico” con mayor aceptación es la televisión, siendo en “Adultos” los que se interesaron más por esta opción. Los “Jóvenes” entre las otras sub-categorías consideran más adecuado educar por mensajes de texto y canales educativos que ofrece el Internet.

Tabla 14 – Canales para educar según la Instrucción Escolar

	Ninguno	Primaria	Secundaria	Universitaria
Talleres	52%	50%	50%	51%
Folletos/Revistas	32%	26%	25%	27%
Radio	7%	7%	4%	5%
Mensajes Texto	4%	4%	3%	3%
Televisión	5%	11%	10%	4%
Internet	0%	2%	7%	10%

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Fuente: Mateo Hedian

Una similar elección que el anterior cuadro, se presentó en la categoría “Instrucción Escolar”. Con una sola particularidad, mientras mayor es la instrucción escolar, mayor es la aceptación por aprender mediante el Internet.

Tabla 15 – Canales para educar según la Zona Geográfica

	Rural	Urbano
Talleres	48,11%	51,23%
Folletos/Revistas	25,42%	25,84%
Radio	8,70%	4,56%
Mensajes Texto	3,58%	3,29%
Televisión	10,85%	9,90%
Internet	3,34%	5,18%

Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

Elaboración: Mateo Hedian

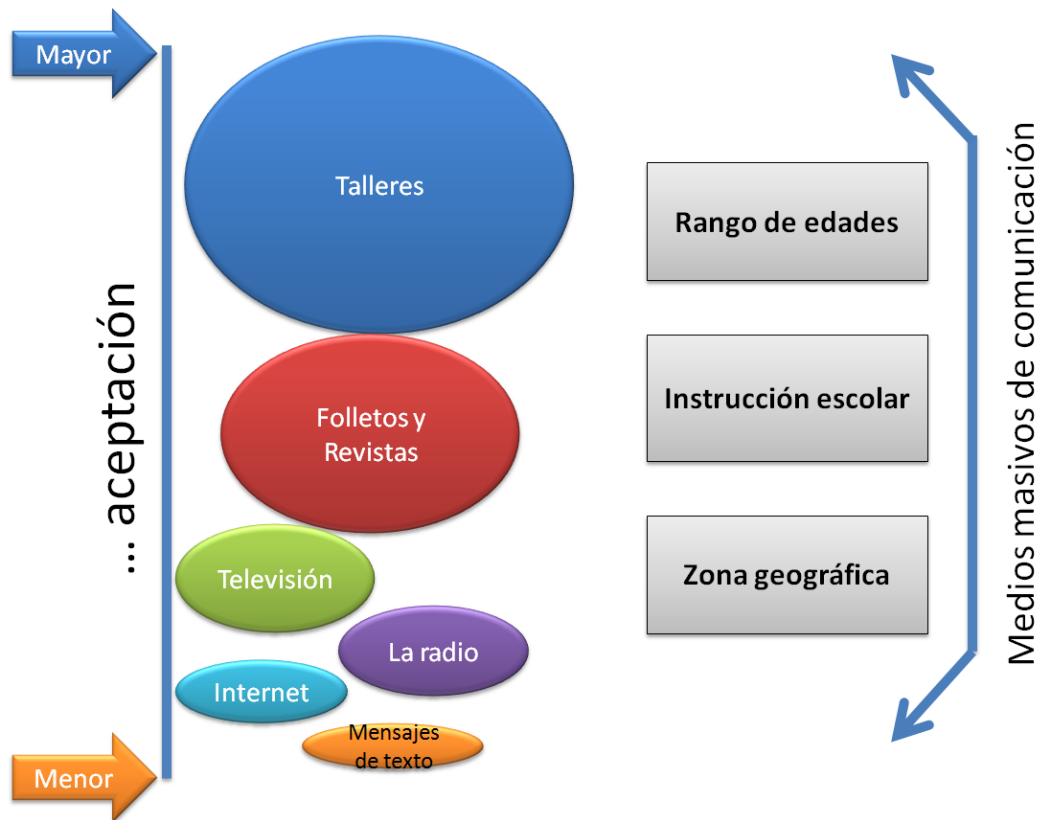
Se encontró, similares resultados que los dos cuadros anteriores.

NOTA: Será una opción también considerable hacerlo a través de medios masivos (prensa escrita, anuncios publicitarios, etc.), para llegar a cualquier Grupo Objetivo deseado.

4.4 Estrategia de educación Financiera – Canales de comunicación

A continuación se presenta una representación, que sin importar las tres categorías: “Rango de edades”, “Instrucción escolar” y “Zona geográfica”, prefieren con un gran porcentaje de aceptación los talleres presenciales (la burbuja más grande), seguido de Folletos y Revistas (con la segunda burbuja más grande) y así consecutivamente. Además se propone una educación masiva para todos a través de medios masivos de comunicación.

Gráfico 36 – Estrategia de comunicacional del Programa de Educación Financiera



Fuente: Estudio de mercado en el Banco XXX

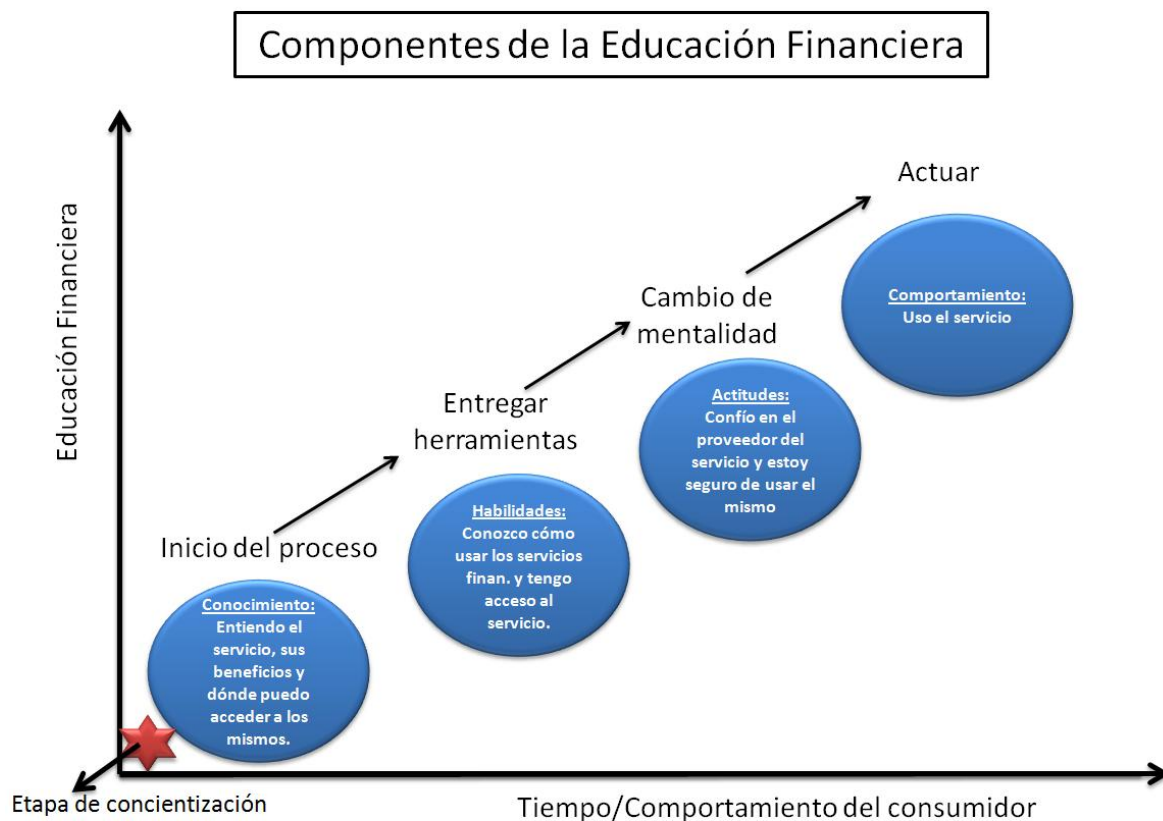
Elaboración: Mateo Hedian

4.5 Proceso educativo

El proceso educativo financiero se definirá como los distintos componentes que los consumidores financieros deberán ir experimentando; comenzando por el otorgamiento de información sobre conceptos financieros básicos para apoyar los conocimientos, seguido de las habilidades y actitudes necesarias. El conjunto de estas tres etapas se traducirá en un cambio de comportamientos con el objetivo de mejorar resultados financieros.

A continuación, en el gráfico 37 se representa los distintos componentes necesarios para hacer de la Educación Financiera un cambio y proceso eficiente a nivel personal:

Gráfico 37 – El proceso y componentes de la Educación Financiera



Fuente: Financial education Fund
Elaboración: Mateo Hedian

El *conocimiento financiero* ha de incrementarse con la provisión de información suficiente, clara, concisa, comprensible sobre conceptos financieros básicos de suma importancia para la situación personal. La información deberá ser considerada una herramienta relevante para concientizar en primera instancia a cada persona la necesidad de la Educación Financiera; y segundo, un conjunto de conocimientos acumulados que permitirán individualmente comprender desde el beneficio del ahorro hasta la necesidad del buen uso de los diferentes servicios financieros que se ofertan en el mercado.

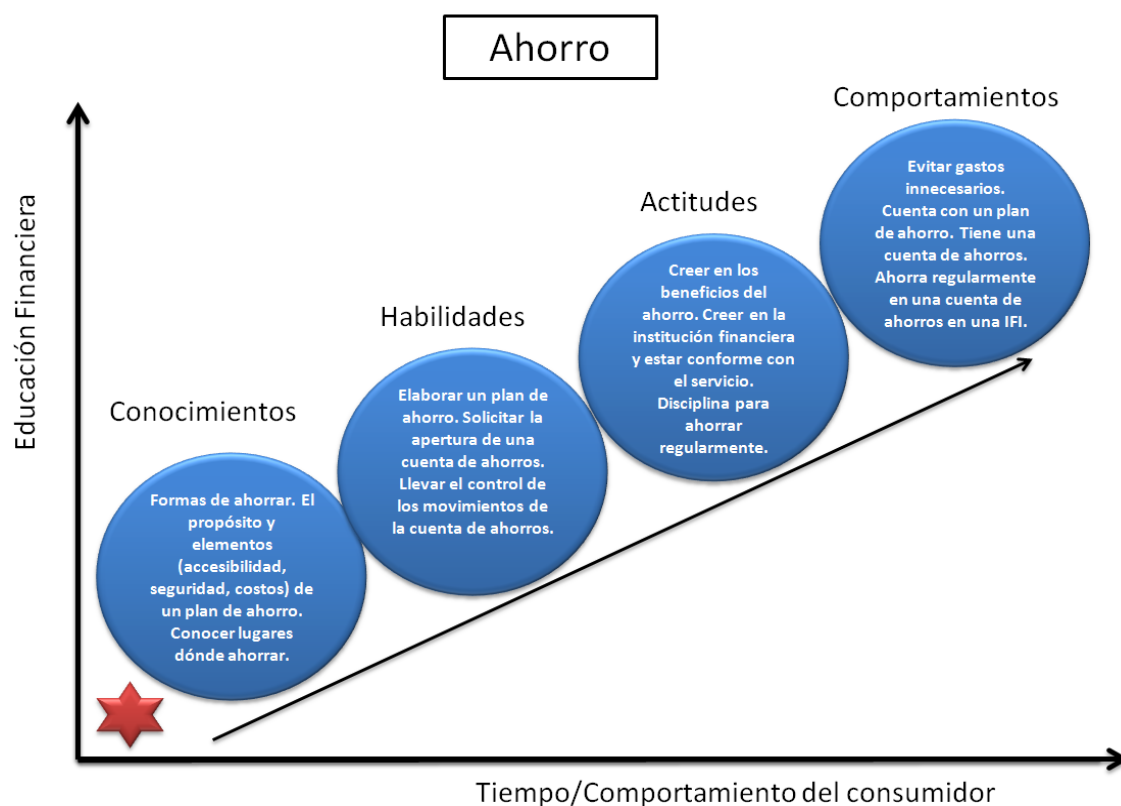
Las *habilidades* y las *actitudes* deberán ser componentes personales fundamentales y necesarios para alcanzar los comportamientos deseados, los mismos, que han de brindar un bienestar financiero de cada persona.

Los *comportamientos financieros* además de traducirse en el uso de un servicio otorgado por un proveedor financiero, serán también considerados como la utilización de herramientas financieras que apoyarían en el manejo eficiente del dinero, el control de gastos personales, etc.

Antes de educar financieramente a los clientes, será necesario concientizar la necesidad y la falta de comprensión de los problemas y riesgos financieros que existe entre todos los diversos grupos objetivos, por lo cual se recomienda como primer paso la introducción de la necesidad y que los propios clientes estén de acuerdo y consientes de la utilidad de la Educación Financiera.

Para una mejor ejemplificación, se ha representado el mismo proceso de los componentes de la educación financiera para el caso del ahorro:

Gráfico 38 – Ejemplo del proceso y componentes de la Educación Financiera para el tema de Ahorro



Fuente: Financial education fund
Elaboración: Mateo Hedian

Los adultos²⁶ deben tener la oportunidad de reflexionar sobre el nuevo contenido, relacionarlo con su propia situación personal, practicar su uso y determinar cómo pueden aplicarlo. La pedagogía de la educación de adultos reconoce que la aceptación de nuevas ideas, actitudes y patrones de comportamiento implica cambiar los sistemas cognitivo, afectivo y conductual de las personas. (Stack; 2006: 4)

Las herramientas financieras legitimarán el desarrollo de las habilidades y aptitudes de cada persona, para traducirse en el cambio de comportamientos eficientes. Es por eso que la siguiente sección se enfatizará en la descripción de algunas herramientas financieras, realmente útiles para apoyar la organización de las finanzas personales.

4.6 Herramientas financieras de uso personal

Las siguientes herramientas tienen como objetivo apoyar el desarrollo de habilidades y actitudes de las categorías utilizadas en el estudio (Liquidez financiera, Sobre-endeudamiento, Ahorro, Penetración del Sistema Financiero, Prevención de riesgos y Manejo del dinero)

4.6.1 Presupuesto personal (Manejo del dinero y Liquidez financiera)

Un presupuesto es una herramienta para administrar el dinero. Es una especie de mapa que ayuda a organizar las finanzas del hogar, detallando minuciosamente todas las fuentes de ingresos, frente a los gastos mensuales, sin olvidarnos claro del monto que se destina al ahorro. Elaborar un presupuesto ayudará a las personas a distribuir sus recursos eficientemente y además, facilita un poco sus decisiones monetarias de cada día para alcanzar metas financieras.

Los beneficios de un presupuesto son:

- Facilita la toma de decisiones sobre gastos y ahorros
- Estimula gastar prudentemente
- Incita ahorrar con disciplina
- Si se cumple, le ayuda a alcanzar sus metas financieras
- Le permite tomar el control de su dinero

La cantidad de dinero que ingresa y las cantidades que uno asigna para gastos y ahorros varían entre las diferentes etapas de la vida. Cuando elabore un presupuesto, piense en la etapa financiera de su vida, dado que las circunstancias financieras van a ser diferentes dependiendo de la edad de cada persona.

²⁶ El párrafo hace referencia a cómo los adultos aprenden dado que, el grupo objetivo de estudio, que son clientes de la institución financiera son todos mayores de 18 años.

4.6.2 Perfil de ciclo de vida (Penetración del Sistema Financiero, Prevención de riesgo y Liquidez Financiera)

Esta herramienta busca identificar los principales eventos a lo largo de toda la vida que, generen la necesidad de grandes cantidades de dinero en efectivo, como por ejemplo: el nacimiento de un hijo, un fallecimiento, bodas, educación de los hijos, adquisición de una casa, etc. Estos eventos pueden ser predecibles y pueden ser planificados con anticipación.

La herramienta se basa en crear una lista de eventos relevantes del ciclo de vida y analizar sobre los gastos paralelos a cada uno de ellos. La información que proporciona esta herramienta sirve para planificar y resolver estas fuertes demandas financieras.

Este análisis ofrece información útil para el control de los riesgos y presiones que enfrentan las personas, además de apoyarse en conjunto con los servicios financieros que responden a sus necesidades.

Conjuntamente en el sistema financiero se ofertan diversos productos al público, los cuales tienen una finalidad específica financiera. Estos productos financieros sirven para preparar a las personas a enfrentar los gastos que en este caso, se relacionarían con los eventos predecibles dependiendo del ciclo de vida de las personas (por ejemplo: Ahorro programado para la educación de un hijo, un seguro de vida, crédito hipotecario, etc.). La participación activa de las y los consumidores es fundamental, al tomar la iniciativa de informarse adecuadamente de los beneficios que los mismos les brindan.

4.6.3 Plan de ahorro (Ahorro)

“Un plan de ahorros es una herramienta indispensable para la administración del dinero, para alcanzar metas de corto, mediano y largo plazo.” (Microfinance Opportunities; Pág. 6)

Los beneficios de los ahorros son ayudar a las personas a:

- Prevenir de riesgos;
- Enfrentar emergencias;
- Controlar sus ingresos;
- Acumular bienes; y
- Alcanzar sus metas financieras.

Los ahorros juegan un papel decisivo en el cumplimiento de las metas financieras. Éstas pueden incluir metas a corto plazo tales como comprar una televisión o pagar los gastos universitarios; metas a mediano plazo así como el pago de vacaciones en Europa; o metas a largo plazo, por ejemplo: comprar una casa o ahorrar lo suficiente para la jubilación.

4.6.4 Plan de gestión de deudas (Sobre-endeudamiento)

Así como se expone en el diario nacional “EL COMERCIO” el día 2/06/2012 en el artículo titulado “Es hora de tomar en serio la deudas”:

¿Las deudas no le dejan dormir? Hable con sus acreedores y coménteles su situación. De esta manera, trate de negociar un plan de pago. [...] si ya sobrepasó su límite, la mejor salida será: enlistar sus deudas, identificar cuál de ellas es la que le cuesta más e inmediatamente crear un plan de pagos, cancelando siempre primero las deudas más caras.

Esta herramienta de gestión de deudas ayuda a tener un panorama más claro de la situación y de esta forma determinar la cantidad que se tiene que pagar mensualmente a cada acreedor. Es por esta razón que, es recomendable acercarse dónde cada uno de los proveedores financieros, explicar cuál es la situación y plantear un plan de pagos. En conjunto con el acreedor se deberá fijar una cuota y ésta deberá ser en función de la situación financiera de la persona.

De esta forma un plan de gestión de deudas es una herramienta para la organización de todas las deudas de una persona, y la creación de una estrategia para saldar o controlar en un periodo determinado todas las obligaciones crediticias.

4.7 Expectativas de los resultados de un Programa de Educación Financiera

Partimos desde la premisa que una educación financiera ayuda a las personas y a las familias a tomar mejores decisiones; lo que favorece la situación financiera personal, mejora la gestión del riesgo para las entidades financieras, impulsa el ahorro y fortalece el sistema financiero.

Los resultados del programa de educación financiera deberán ser divididos en dos categorías según su complejidad: 1) los que podrán medirse en el corto plazo y 2) los que se medirán en el largo plazo.

- 1) Resultados a corto plazo se deberá medir: conocimientos, habilidades y actitudes.
- 2) Resultados a largo plazo se deberá medir: Comportamientos.

Así mismo, los resultados podrán observarse desde varias aristas:

Para las personas *Consumidores de servicios financieros* (Stack, 2005: 16 y 22):

- Reducción de las presiones financieras personales;
- Mayor satisfacción con la situación financiera personal;
- Mejor comprensión de los productos financieros que se ofertan en el mercado;
- Decisiones eficientes e informadas
- Estabilidad financiera

- Logro de metas financieras;
- Motivación para planificar a futuro y establecer metas financieras;
- Independencia financiera;
- Menor vulnerabilidad a shocks exógenos (emergencias);
- Mejor administración de la deuda
- Menor nivel de endeudamiento;
- Mayor satisfacción al sentirse protegido con sus derechos como consumidor;
- Mayor ahorro; y
- Mayor satisfacción con el servicio bancario.

Para *Proveedores de servicios bancarios (Cohen, 2005: 18)*:

- Mayor demanda de servicios financieros;
- Mayor satisfacción de los servicios
 - o Reducción en las tasas de deserción;
- Uso más eficiente de los servicios bancarios;
- Menor número de Consultas y Reclamos en la oficina de información;
- Reducción de la cartera en riesgo
 - o Aumento de la rentabilidad de la empresa;
 - o Mayor número y proporción de prestatarios que cumplen sus pagos a tiempo;
- Mayores depósitos de ahorro
 - o Mayor número de cuentas de ahorro;
 - o Mayor valor total de los ahorros;
- Uso más diversificado de los servicios bancarios
 - o Mayor número y tipo de servicios que satisfacen las necesidades de cada consumidor; y
 - o Mayor número y proporción de clientes que usan más de un servicio.
- Una mejor imagen institucional
 - o Una imagen de una institución que se preocupa por la educación de sus clientes con el propósito de mejorar su seguridad financiera.

Si a nivel nacional cada una de las instituciones financieras pondrían en marcha Programas de Educación Financiera – apoyado por el sector público – el *Sistema Financiero Nacional* estaría en la posibilidad de tener los siguientes resultados:

- Mayor tasa de clientes bancarizados;
- Mayor número de cuentas de ahorro;
- Un mayor promedio del monto por cuenta de ahorro;
- Mayor satisfacción y confianza por el Sistema Financiero Nacional;
- Mejor protección al consumidor financiero;
- Menor proporción de Reclamos y Consultas recibidos en cada oficina de atención al cliente de cada institución financiera y de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Menor porcentaje de la cartera de riesgo del sistema; y
- Mayor competencia entre instituciones financieras.

Conclusiones

La presencia de problemas de asimetría de información, la falta de transparencia en el mercado, y todos los efectos que se producen al momento que un sujeto tiene mayor acceso a una información que otra; propone la necesidad de un proceso de educación financiera, considerada como una herramienta de suma importancia para brindar mayores oportunidades a las personas que consumen servicios financieros, para poder tomar decisiones informadas y además eficientes.

Los grandes riesgos que están expuestos las personas que consumen servicios financieros, podrán ser contrarrestarlos con planes de educación financiera, que atiendan a proporcionar información necesaria para promover la toma de decisiones responsables, reflexivas y conscientes.

Una propuesta de educación financiera deberá obedecer a las necesidades básicas y de seguridad que un individuo tiene, a las contingencias que se puedan presentar y a los riesgos que conlleva alcanzar sus metas financieras; por otro lado también, promueve educar a personas proactivas y preparadas para asumir riesgos.

Ante una falta de capacitación, la invitación que hace la educación financiera es, de contar con la capacidad para administrar los recursos de los hogares de una manera eficiente, que espera traducirse en una mayor propensión al ahorro y así incrementar los niveles de inversión.

Los resultados del estudio de mercado mostraron un conocimiento financiero limitado de los encuestados. Clientes que “viven el día a día”, reaccionando a los hechos después que éstos ocurren; con comportamientos financieros reactivos en momentos de presión financiera.

Existe una ausencia de planes de contingencia para anticiparse a las emergencias financieras o a los eventos imprevistos a lo largo de toda su vida. La capacidad limitada para planificar a futuro se refleja en la conducta individual de cada persona, al no manejar metas a largo plazo, ni concientización por la incertidumbre de la jubilación

Comportamientos financieros desalineados con los servicios y productos bancarios que ofrece el mercado; es decir, las personas encuestadas o no se preocupaban de los costos financieros de los productos contratados, sino otras variables como por ejemplo: facilidad, acceso, rapidez, etc. o no simplemente desconfían de los beneficios que es contratar un servicio financiero y más en entidades reguladas.

La administración de la deuda claramente es un reto para la mayoría de los encuestados; muchos se sienten bajo la presión de pedir dinero prestado no solamente para solventar los gastos prioritarios, sino también, para sus gastos corrientes de cada día, que no pueden ser solventados por sus ingresos mensuales, además de pagar deudas con otras deudas. Inevitablemente, esto conduce a la solicitud de

préstamos de diferentes instituciones y crea problemas para mantenerse a flote, tratando de ser solvente y financieramente responsable con las obligaciones crediticias.

Un número limitado de las personas encuestadas, entienden los principios básicos de la administración del dinero, cuentan con las habilidades limitadas para mantener un control de ingresos y gastos en el negocio, para establecer metas financieras y elaborar un presupuesto para alcanzar sus metas financieras. Ahorran con el objetivo de tener un monto en efectivo, sin considerar sus metas financieras.

El ahorro no se mantiene en el concepto de disciplina y sacrificio, para enfrentar los contingentes, es más bien una reserva de efectivo haciendo a un lado las metas financieras. Lo que indica que los patrones de consumo son incorrectos, ante una inestabilidad financiera. Sus ahorros, son por lo general, insuficientes para satisfacer sus frecuentes necesidades de efectivo inmediato.

La instrucción escolar va atada al comportamiento financiero, entre mayor sea la instrucción más eficientes son sus comportamientos financieros.

Existe alta asimetría de información, pues los usuarios desconocen las condiciones reales de sus operaciones, las penalidades si faltan a estas, y las alternativas a las que pueden acudir para solucionarlas. Tampoco es de su conocimiento, la fuente de información que contiene su historial crediticio, como la central de riesgos.

La confianza en las instituciones financieras no es aceptable, tan solo el 67% depositan sus ahorros en ellas y no existe una seguridad a ciegas que elimine la incertidumbre en los usuarios, prefiriendo fuentes alternativas y esto se traduce en la pérdida de captaciones para la entidad haciendo que el giro del negocio no cumpla sus objetivos.

Existe desconocimiento para qué y cómo utilizar un crédito, pues lo destinan a vacaciones, a la alimentación del hogar hasta para “salir de apuros”, siendo una acción irresponsable no solo por parte del usuario, sino también por parte del banco al otorgar créditos frente a este desconocimiento, que se refleja en el riesgo de no pago.

El objetivo del programa es proporcionar información puntual que ayude a mejorar la comprensión del sistema, desarrollando habilidades para enfrentar las debilidades y tomar decisiones apropiadas.

El contenido apropiado para ser impartido por medio de un Programa de Educación Financiera deberá ser estipulado en función del comportamiento actual y el comportamiento deseado; tomando en cuenta los temas críticos y de mayor vulnerabilidad que los clientes presenten.

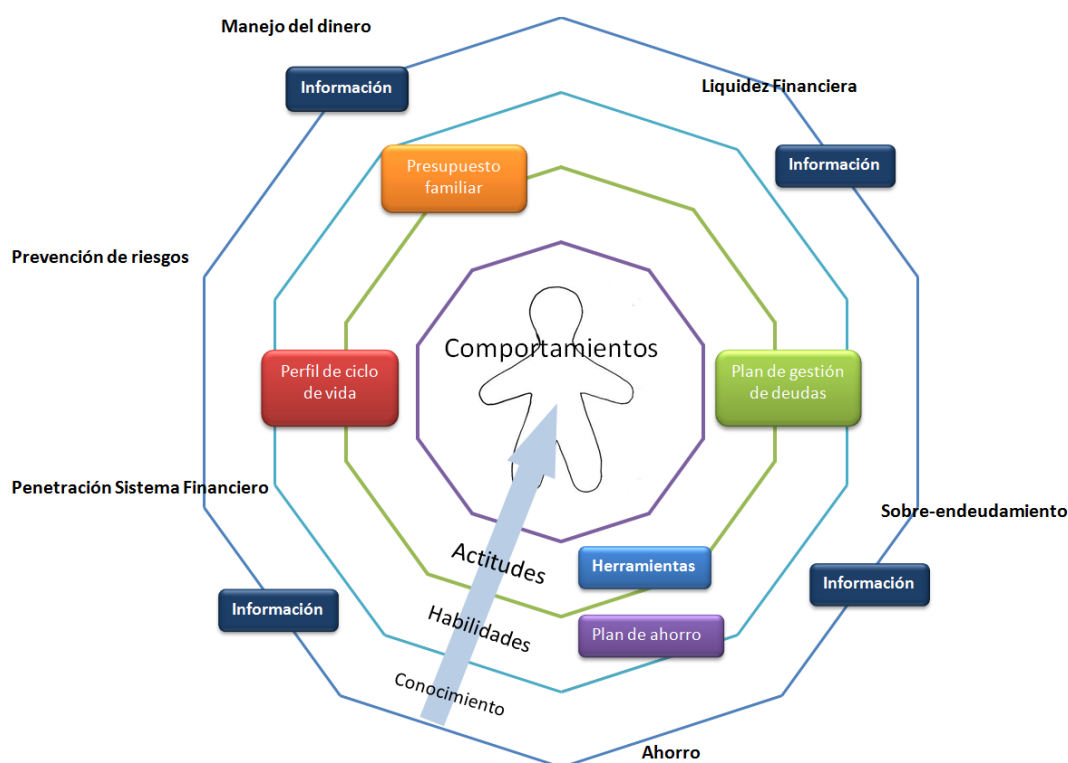
Una directriz importante a tomar en cuenta para la ejecución de un Programa de Educación Financiera, será el medio y los canales más propicios para llegar con un mensaje puntual y funcional hacia los clientes de la institución. Las preferencias de los clientes para recibir una educación financiera fueron en

primer lugar por medio de talleres presenciales, así mismos medios tradicionales como radio, televisiones y otros canales alternativos como lo son el internet y mensajes de texto.

El proceso para alcanzar el objetivo de la educación financiera, parte por incrementar la provisión de información pertinente, comprensible, clara, etc. siendo un mecanismo para entregar las herramientas que desencadenen en la generación habilidades y actitudes del cliente con un cambio de mentalidad a fin de actuar responsable financieramente. Finalmente este proceso plantea como objetivo primordial un cambio de comportamiento por parte de los consumidores financieros.

Como un complemento a la generación y cambio de habilidades y actitudes se propone la utilización de herramientas financieras por ejemplo: un presupuesto familiar, un plan de gestión de deudas, un perfil de ciclo de vida y un plan de ahorro. Así como se puede observar en el gráfico # 40.

Gráfico 39 – El proceso y herramientas de la educación financiera



Fuente y Elaboración: Mateo Hedian

La necesidad de una Educación Financiera en el Ecuador es cada vez un tema primordial y de mayor importancia. El 17 de febrero de 2012 "El diario" expuso que, por medio de "un estudio de la Superintendencia de Bancos, en el Ecuador por lo menos el 60 % de entidades no posee programas sostenidos de educación para los usuarios." Un problema que debe ser considerado no solo como una ejecución de Programas desde una institución privada sino también desde alianzas y proyectos ejecutados de forma mixta, es decir, desde el sector público y privado.

Recomendaciones

Una de las recomendaciones realizadas por FELABAN, con el objetivo de llevar información pertinente sobre educación financiera y poder mitigar riesgos y prevenir graves problemas entre la clientela es: mantener registros y estadísticas de las quejas y reclamaciones presentadas por los consumidores financieros en las oficinas internas de cada institución, organizadas de acuerdo con los productos y servicios, los motivos y el porcentaje de las reclamaciones efectivamente atendidas.

En el presente trabajo se trató de acceder a la información de Consultas y Reclamos elaborada por la Dirección de Atención al Cliente de la Superintendencia de Banco y Seguros, donde se conoce que manejan una base de datos con importante información. Sin embargo por falta de acceso a las bases de datos de los últimos años, no se ha utilizado en el presente estudio. El Catálogo de reclamos Producto - Motivo - de la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS), fue diseñado para organizar y consolidar en distintas categorías los reclamos y consultas. Además, la información está dividida por “Producto” y por ende cada producto tiene sus “Motivos”; siendo una valioso aporte que ayudaría a profundizar el análisis y determinar cuáles son los comportamientos y prácticas financieras en los ecuatorianos, por lo que se recomienda el uso de la mencionada base, en futuras investigaciones.

Tabla # 16 – Catálogo Producto – Motivo de Consultas y Reclamos de la Superintendencia de Bancos y Seguros

CÓDIGO	NOMBRE DE GUÍAS DE TRABAJO
1	CENTRAL DE RIESGOS
1,1	CORRECCIONES
1,2	ELIMINACIONES
1,3	OTROS CENTRAL DE RIESGO
2	CUENTAS INSTITUCIONES FINANCIERAS
2,1	CUENTAS CORRIENTES
2,2	CHEQUES
2,2.1	PROTESTOS, DEVOLUCIONES Y PAGOS
2,2.2	OTROS CHEQUES
2,3	CUENTAS DE AHORROS
2,4	DEBITOS, RETIROS, TRANSFERENCIAS, BLOQUEOS EN CUENTAS
2,5	OTROS CUENTAS BANCARIAS
2,6	CERTIFICADOS DE DEPOSITO, DE INVERSIÓN DE APORTACIÓN
2,7	TARJETAS DE DEBITO
3	OPERACIONES DE CRÉDITO
3,1	ABONOS, DEBITOS Y LIQUIDACIONES
3,2	CANCELACIONES Y LIQUIDACIONES
3,3	GARANTIAS
3,4	JUICIOS
3,5	VARIOS
4	TARJETAS DE CREDITO
4,1	RECLAMOS DE CONSUMOS
4,2	TARIFAS Y OTROS
5	PETICIONES VARIAS
5,1	PETICIONES
6	CONSULTAS
6,1	CONSULTAS LEGALES
6,2	CONSULTAS TECNICAS
6,3	DENUNCIAS

Medios de comunicación

La experiencia internacional señala que los programas exitosos deben ser: “relevantes” para el público objetivo, “oportunos” en el sentido de que buscan educar en el momento preciso, “accionables” es decir, la persona puede aplicar lo aprendido inmediatamente, y “continuos”. Por lo que deberá ser vital una alta comprensión de las necesidades de la clientela quien va a ser educada, para que la información y contenido sea de gran utilidad y aplicabilidad en su situación financiera correspondiente.

Desarrollar y fortalecer canales de comunicación entre la entidad, clientes y consumidores, teniendo en cuenta las restricciones al acceso de cada sector de la población a los mismos; también se deberá considerar el perfil socioeconómico de la clientela para el diseño de eficientes canales de comunicación. Así como, manejar información veraz y actualizada.

El material deberá ser dinámico para un fácil aprendizaje, considerando que es un tema difícil de entender, se recomienda que el material didáctico incentive la educación financiera de forma constante y continua.

Estudio de mercado nacional para medir el nivel de educación financiera

Así como en otros países como son España y Perú, se recomienda diseñar estudios de mercado nacional, que servirán como mecanismos para identificar el estado de la educación financiera en la región, así como las principales debilidades y necesidades en el tema. De esta manera se podrá tener al alcance información importante para en primer instancia para el desarrollo de una Plan Nacional de Educación Financiera, así como la ejecución del mismo.

Herramientas de medición de efectividad de los programas de educación financiera

Desarrollar herramientas para medir el éxito de los programas de educación financiera implementados en los diferentes sectores.

Normativa

Fomentar y desarrollar políticas e instrumentos de autorregulación y auto-supervisión de acuerdo con las mejores prácticas bancarias identificadas. Políticas que delimiten la necesidad de una educación financiera adecuada y afectiva provista por instituciones financieras de forma obligatoria. Una normativa que no limite el accionar de cada financiera, sino que impulse y promueva al desarrollo de habilidades y mejores comportamientos financieros entre los consumidores del sistema nacional.

Referencias

Acurio Del Pino, Santiago (2011) **Fraudes Informáticos en el Ecuador**. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_delitos_inform.pdf [Consulta: 12 de enero de 2012]

Albi, Emilio, Gonzalez-Paramo, José, Zubiri, Ignacio (2004) **Economía pública – El Por qué de la intervención pública**. España: Árial.

Akerlof, George A (1970) The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. **The Quarterly Journal of Economics**, 84,
<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1879431?uid=3737912&uid=2&uid=4&sid=47699089808937>
[Consulta: 10/08/2011]

Anido, Daniel, Díaz, Zirlis, y Grisolia, Alberto (1998, diciembre) Asimetría de la información, inestabilidad financiera y la crisis bancaria venezolana: Una visión crítica. **Revista de Ciencias Sociales, FCES – LUZ, Nueva Epoca**, 3, Venezuela.

Arrow, Kenneth (1976) **Essays in the Theory of Risk-Bearing**. Estados Unidos: North-Holland.

Asociación de Bancos Privados. **Evaluación del grado de sobreendeudamiento del Sistema Financiero Ecuatoriano**. 2012.

Banco de España y La Comisión Nacional de Mercado de Valores (2008) **Plan Nacional de Educación Financiera 2008 – 2012. España**. http://www.bde.es/webbde/es/secciones/prensa/EdU_Financiera_final.pdf
[Consulta: 25 de Abril de 2011]

BANSEFI (2007) **Educación Financiera: Su Dinero y Su Futuro**. México.
<http://www.bansefi.gob.mx/eduFinanciera/Documents/Materiales/Manual%20de%20capacitacion.pdf>
[22 de octubre de 2011]

Boyd, John y Prescott, Edward (1986) citado en Freixas, Xavier y Rochet, Jean-Charles (1997) **Economía Bancaria**. España: Antoni Bosch. Barcelona.

Cano Plata, Eduardo y Cano Plata, Carlos A (2009, diciembre) Los contratos, las asimetrías de la información en salud, el riesgo moral y la selección adversa. **Revista-Escuela de Administración de Negocios**, 67, Colombia.

Cárcamo, José Salvador **Estructura de Mercado y Fallas de Mercado**. Argentina: Universidad de Buenos Aires.
[http://www.cbceconomia.unlugar.com/Estructuras_de_mercado_y_fallas_del_mercado\[1\].pdf](http://www.cbceconomia.unlugar.com/Estructuras_de_mercado_y_fallas_del_mercado[1].pdf)
[Consulta: 20 de agosto de 2011]

Cohen, M; Nelson, C; Stack. K. (2006) **Guía de implementación: Introducción, Guía para el estudio de mercado, Guía para la evaluación de resultados, Guía de adaptación, Principios de la educación de adultos y diseño del plan de estudios**. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities.
http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/1_introduccion_los_fundamentos_de_la_educacion_financiera.pdf [Consulta: 20 de noviembre de 2011]

Cohen, M; Nelson, C; Stack. K (2006) **Guía para el estudio de mercado de educación financiera** Washington, D.C.: Microfinance Opportunities.
http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/1_documento_de_trabajo_1_estudio_de_mercado.pdf [Consulta: 10 de diciembre 2011]

Cohen, M; Sebstad, J; Stack, K (2006) **Assessing the outcomes of financial education – Working Paper # 3**. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities.
<http://microfinanceopportunities.org/docs/Assessing%20the%20Outcomes%20of%20Financial%20Education.pdf> [Consulta: 20 de noviembre de 2011]

Cohen, M; Sebstad, J, Stack, K (2005) **Evaluación de resultados de la educación financiera**. Washintong D.C.: Microfinance Opportunities
http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/2_documento_de_trabajo_2_evaluacion_de_resultados.pdf [Consulta: 3 de Marzo de 2012]

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2010) **El derecho de acceso a la información en el marco jurídico interamericano**. Organización de los Estados Americanos.
<http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/ACCESO%20A%20LA%20INFORMACION%20FINANCIAL%20CON%20PORTADA.pdf> [Consulta: 7 de enero de 2012]

Commission of the European Communities (2007) **Financial Education**. Bélgica: Comisión de Educación Financiera
<http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=es&ihmlang=es&lng1=es,es&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,it,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=461719:cs&page=> [Consulta: 25 de octubre de 2011]

Consejo de Estados miembros europeos (2001) **Convenio de Cyber-delincuencia**. Budapest.
<http://international.vlex.com/vid/convenio-ciberdelincuencia-68145391> [Consulta: 7 de enero de 2012]

Cueva, María Gabriela. **Información Asimétrica y Redistribución del Ingreso**

<http://www.monografias.com/trabajos72/informacion-asimetrica-redistribucion-ingreso/informacion-asimetrica-redistribucion-ingreso5.shtml> [Consulta: 18 de septiembre de 2011]

Declaración Universal de Derechos de los Usuarios Bancarios y Financieros. (2005) Salamanca, España.

http://www.consumidoreslibres.org/declaracion_esp.pdf

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, NACIONES UNIDAS (1999) **Protección al Consumidor - Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor**. Estados Unidos.

http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption_sp.pdf

Ernest Gnan, Maria Antoinette Silgoner, Beat Weber (2007, 4º semestre) Economic and Financial Education: Concepts, Goals and Measurement. **Monetary Policy & the Economy**.

http://www.oenb.at/en/img/mop_2007_3_tcm16-69085.pdf [Consulta: 22/10/2011]

FELABAN (2011, abril) Devolución dinero fraudes electrónicos. **BOLETIN VIRTUAL**, 61

<http://www.felaban.com/boletines/61/> [Consulta: 7/01/2012]

FELABAN (2011, junio) Devolución dinero fraudes electrónicos. **BOLETIN VIRTUAL**, 63

<http://www.felaban.com/boletines/63/> [Consulta: 7/01/2012]

Financial Education for the Poor Project (2006) **Ahorrar: sí se puede**. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities.

http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/2_materiales_suplementarios_ahorros.pdf
[Consulta: 25 de mayo de 2012]

Financial Literacy and Education Commission (2006) **Promoting Financial Success in the United States: National Strategy for Financial Literacy**. Estados Unidos.

http://www.mymoney.gov/sites/default/files/downloads/NationalStrategyBook_12310.pdf [Consulta 25 de noviembre de 2011]

Financial Education Fund (2010) **Guidelines and Tips: Monitoring and Evaluation Toolkit for Financial Education Initiatives**. http://www.financialeducationfund.org/storage/files/FEF_M&E_Toolkit_Dec_31_2010.pdf

[Consulta: 6 de enero de 2012]

Financial Literacy and Education Commission (2006) **Taking Ownership of the Future – The National Strategy for Financial Literacy**. E.E.U.U. <http://www.mymoney.gov/sites/default/files/downloads/ownership.pdf>

[Consulta: 25 de octubre de 2011]

Fiscalía General del Estado – Presentación: **Protección al Usuario Financiero**. 1º Congreso Internacional de Protección y Educación del Usuario Financiero. Quito 23 y 24 de Noviembre de 2011.

Fleixas, Xavier y Rochet, Jean-Charles (1997) **Economía Bancaria**. España: Antoni Bosch.

Flint, Pinkas (2002) **Tratado de defensa de la Libre Competencia**. Perú:
http://books.google.es/books?id=v3ckqiVcH4AC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Consulta: 20 de agosto de 2011]

Friedrich, Hayek (1945, septiembre) El Uso del Conocimiento en la Sociedad. **American Economic Review**.
<http://www.hacer.org/pdf/Hayek03.pdf> [Consulta: 14/08/2011]

Gómez-Soto, Franz (2009) **Educación financiera: Retos y lecciones - A Partir de Experiencias Representativas en el Mundo**. Colombia: Proyecto Capital.

Greenspan, Alan (2003) **Remarks at the 33rd Annual Legislative Conference of the Congressional Black Caucus on September 26**, Washington, D.C.: Federal Reserve
<http://www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2003/20030926/default.htm> [Consulta: 15 de diciembre de 2011]

Grossman, Sanford J. y Stiglitz, Joseph E (1989, octubre) Information and Competitive Price Systems. **American Economic Review**, 66. <http://e-m-h.org/GrSt76.pdf> [Consulta: 20/08/2011]

Johnston, Donald J (2005) **Importance of Financial Literacy in the Global Economy**. Kuala Lumpur: OECD.
<http://www.oecd.org/dataoecd/15/57/35883324.pdf> [Consulta: 23 de septiembre de 2011]

Kirzner, Israel Meir (1985) citado en Thomsen, Esteban F. (1989, octubre) Precios e Información. **Revista Libertas VI**, 11, Argentina

Macho Stadler, Ines. y Pérez, David (2005) **Introducción a la economía de la información**. (2ª ed.) España: Ariel.

Martini Armengol, Gabriela (2010, marzo) Nuevas Miradas en educación previsional. **Observatorio previsional**.
www.observatorioprevisional.cl [Consulta: 8/12/2011]

Martini Armengol, Gabriela (2010, marzo) Experiencias Internacionales de Educación Financiera y previsional: Nuevas miradas para su análisis. **Observatorio previsional**. www.observatorioprevisional.cl [Consulta: 10/12/2011]

- Messy, Flore-Anne (2009) **Financial Education Principles and Best Practice**. OECD.
<http://www.iopsweb.org/dataoecd/45/34/42155019.pdf> [Consulta: 23/09/2011]
- Mochón, Francisco. (2006) **Principios de Economía**. España: McGRAW - Hill
- Muniain Rodríguez, Lorena (2011) **¿Qué es la educación financiera?** México: BANSEFI.
<http://www.bansefi.gob.mx/EDUFINANCIERA/Paginas/queeslaeducacion.aspx> [Consulta: 18/09/2011]
- Nieri, Laura (2006) citado en Commission of the European Communities (2007) **Financial Education**. Bélgica: Comisión de Educación Financiera <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=es&ihmlang=es&lng1=es,es&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=461719:cs&page=> [Consulta: 25 de octubre de 2011]
- Novy, Andreas **Internationale Politische Ökonomie**. Viena: Departamento para el Desarrollo Urbano y Regional de la Universidad de Economía de Viena. <http://www.lateinamerika-studien.at/content/wirtschaft/ipo/pdf/theorien.pdf> (Consulta: 20 de agosto de 2011)
- OECD. (2009) **Financial Literacy and Consumer Protection: Overlooked Aspects of the Crisis**.
<http://www.oecd.org/dataoecd/32/3/43138294.pdf> [Consulta: 25 de octubre de 2011]
- OECD (2005) **Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies**. Francia: OECD Publishing.
- OECD (2005) **Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness**.
<http://www.oecd.org/dataoecd/7/17/35108560.pdf> [Consulta: 10/10/2011]
- OECD. (2006, Julio) The Importance of Financial Education. **Policy Brief**, 3.
<http://www.oecd.org/dataoecd/8/32/37087833.pdf> [Consulta: 11/12/2011]
- Orton, Larry (2007) **Financial Literacy: Lessons from International Experience**. Escocia: Canadian Policy Research Networks http://rcrpp.ca/documents/48647_EN.pdf [Consulta: 10/12/2011]
- Páez, Juan José y Acurio del Pino, Santiago (2010) **Derecho y Nuevas Tecnologías**. Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Rothschild, Michael y Stiglitz, Joseph (1976, noviembre) Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information. **The Quarterly Journal of Economics**, 90

<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1885326?uid=3737912&uid=2&uid=4&sid=47699089838937>
[Consulta: 20/08/2011]

Salas Peña, Daniela. **Responsabilidad Civil Bancaria frente al cliente por delitos informáticos**. Tesis de grado (Disertación de grado), Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Sánchez Daza, Alfredo (2001, segundo semestre) Información asimétrica y mercados financieros emergentes: el análisis de Mishkin. **Revista Análisis Económico**, 034, México

Stack. K. (2006) **Guía de adaptación de la educación financiera**. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities. http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/4_guia_de_adaptacion.pdf [Consulta: 28 de abril de 2012]

Stack, K (2006) **Principios de la educación de adultos y diseño del plan de estudios de la educación financiera**. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities. http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/5_principios_de_la_educacion_de_adultos_y_diseno_del_plan_de_estudios.pdf [Consulta: 28 de abril de 2012]

Stiglitz, Joseph E (1986) **La economía del sector público**. España: Antoni Bosch

Stiglitz. Joseph E (2002) La información y el cambio en el paradigma de la ciencia económica. **Revista Austriaca de economía - RAE** http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Imagenes/J_Stiglitz_Nuevo_Paradigma.pdf [Consulta: 28/08/2011]

Superintendencia de Bancos y Seguros (2009) **Estadísticas de consultas y reclamos Subdirección de Atención al Cliente - QUITO**

Superintendencia de Bancos y Seguros. **Evitando Fraudes Electrónicos**. http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=531&vp_tip=2 [Consulta: 21/01/2012]

Superintendencia de Bancos y Seguros (2008, abril) Cultura Financiera **Informativo**, 003 http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/cultura_financiera/info_0033.pdf [Consulta: 22/07/2011]

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2005) **Ley de Burós de información crediticia**. http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/ley_buros_informacion_crediticia.pdf [Consulta: 10 de septiembre de 2011]

Tengodeudas. *¿Qué es un plan de gestión de deudas?* <http://www.tengodeudas.com/planes-de-gestion-de-deudas/que-es-un-plan-de-gestion-de-deudas> [Consulta: 9/06/2012]

Thomsen, Esteban F. (1989, octubre) Precios e Información. *Revista Libertas VI*, 11, Argentina

Trivelli, Carolina. y Yancari, Johanna (2009) citado en Banco de Desarrollo. *Educación Financiera*. Boletín # 13. <http://www.bancosdesarrollo.org/facipub/upload/publicaciones/1/426/contenido.html> [Consulta: 22/10/2011]

Zorrilla Salgador, Juan Pablo (2006, octubre) La Economía de la Información: Una revisión a la teoría económica sobre la información asimétrica. *Contribuciones a la Economía*. <http://www.eumed.net/ce/2006/jpzs.htm> [Consulta: 22/07/2011]

Leyes

Código de Derechos del Usuario del Sistema Financiero

Constitución de la República del Ecuador 2008

Ley General de Instituciones del Sistema Financiero

Ley Orgánica de Defensa del Consumido

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública

Artículos de periódico

EL COMERCIO. (2/06/2012) *Es hora de tomar en serio las deudas*. http://www.elcomercio.com/negocios/hora-tomar-serio-deudas_0_710929103.html [Consulta: 6/06/2012]

El diario (17/02/2012) *Super de Bancos implementará norma para educación financiera de usuarios*. <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/220500-super-de-bancos-implementara-norma-para-educacion-financiera-de-usuarios/> [Consulta: 4/05/2012]

ANEXOS

Anexo A - Principios y buenas prácticas para la concienciación y educación financieras. OCDE. Julio de 2005

Principios

1. La educación financiera puede definirse como “el proceso por el que los consumidores financieros/inversores mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y tomar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero”. Así, la educación financiera va más allá del suministro de información y asesoramiento financiero, el cual debería estar regulado, como ya sucede con frecuencia, en particular para la protección de los clientes financieros (por ejemplo los consumidores en las relaciones contractuales).
 2. Deberá promoverse el desarrollo de capacidades financieras, basado en una educación y una información adecuadas. La educación financiera deberá proporcionarse de forma correcta e imparcial y los programas se coordinarán y llevarán a cabo de manera eficiente.
 3. Los programas de educación financiera deberían centrarse en temas de alta prioridad, los cuales, dependiendo de las circunstancias del país, podrán incluir importantes aspectos de la planificación financiera a largo plazo, tales como cuentas de ahorro, gestión de la deuda personal o de los seguros, así como los requisitos previos para la concienciación financiera, como economía y matemáticas financieras elementales. Deberá favorecerse la concienciación de los futuros jubilados sobre la necesidad de valorar la adecuación financiera de sus actuales planes de pensiones, públicos o privados, con el fin de tomar las medidas precisas cuando sea necesario.
 4. La educación financiera debe ser tomada en cuenta en el marco regulador y administrativo, y considerada como una herramienta para promover el crecimiento económico, la confianza y la estabilidad, junto con la regulación de las instituciones financieras y la protección del consumidor (incluyendo la regulación de la información y el asesoramiento financieros). La regulación financiera es esencial para proteger a los consumidores (por ejemplo contra el fraude) y no debe ser sustituida sino complementada por la educación financiera.
 5. Deberán tomarse las medidas convenientes cuando la capacitación financiera sea esencial pero se observen deficiencias. Se tendrán en cuenta otras políticas como la protección del consumidor y la regulación de las instituciones financieras.
- Sin limitar la libertad de contratación, en los procedimientos por impago convendría tener en cuenta la inadecuada educación financiera o el comportamiento pasivo de los consumidores.

6. Deberá promoverse el papel de las instituciones financieras en la educación financiera, como parte de la buena administración en relación con sus clientes. Se favorecerá la asunción de responsabilidad por parte de las instituciones financieras, no sólo para proporcionar información y asesoramiento, sino también para promover la concienciación financiera de los clientes, especialmente cuando se trata de compromisos a largo plazo o que representen un porcentaje considerable de los ingresos actuales y futuros.

7. Los programas de educación financiera deberán diseñarse para satisfacer las necesidades y el nivel de competencia de su público objetivo, así como para reflejar el modo en que dicho público prefiere recibir la información financiera.

La educación financiera deberá considerarse como un proceso continuo, en curso y a largo plazo, con el fin de tener en cuenta la creciente complejidad de los mercados, la variación de las necesidades en diferentes etapas de la vida y la cada vez más compleja información financiera.

Buenas prácticas

A. Acciones públicas para la educación financiera

8. Deberán promoverse campañas nacionales para crear conciencia en la población sobre la necesidad de mejorar su comprensión de los riesgos financieros y de las formas de protegerse contra ellos mediante un ahorro adecuado, los seguros y la educación financiera.

9. La educación financiera debe comenzar en la escuela. Los ciudadanos deberían recibir instrucción sobre temas financieros lo más jóvenes posible.

10. Debería considerarse convertir la educación financiera en parte de los programas públicos de asistencia social.

11. Se fomentarán a nivel nacional los órganos especializados adecuados (posiblemente integrados en las autoridades existentes) encargados de promover y coordinar la educación financiera. Asimismo se promoverán las iniciativas regionales y locales, tanto públicas como privadas, que resulten lo más cercanas posible a los ciudadanos.

12. Se promoverá la creación de sitios web específicos para proporcionar al público información pertinente y fácil de consultar. Se desarrollarán servicios gratuitos de información. También se incentivarán los sistemas de alertas emitidas por organizaciones profesionales, de consumidores o de cualquier otro tipo, sobre temas de alto riesgo que puedan perjudicar los intereses de los consumidores financieros (incluyendo casos de fraude).

Se promoverá la cooperación internacional para la educación financiera, incluyendo la utilización de la OCDE como foro para el intercambio de información sobre las últimas experiencias en educación financiera.

B. El papel de las instituciones financieras en la educación

13. Se fomentará la definición detallada de los tipos de información (incluyendo dónde encontrarla y el suministro de información general comparativa y objetiva sobre los riesgos y rendimientos de los diferentes tipos de productos) que las instituciones financieras deben proporcionar a sus clientes en relación con los productos y servicios financieros.

14. Se fomentará que las instituciones financieras distingan con claridad entre lo que es educación financiera y lo que constituye información y asesoramiento con fines “comerciales”. Cualquier recomendación con propósito comercial deberá ser transparente y divulgar claramente tal condición, cuando también esté siendo promocionada como una iniciativa de educación financiera. Para aquellos servicios financieros que supongan compromisos a largo plazo o tengan consecuencias financieras potencialmente significativas, se animará a las instituciones financieras a verificar que la información que proporcionan a sus clientes es leída y comprendida.

15. Se fomentará que las instituciones proporcionen información a diferentes niveles, con el fin de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores. Se evitarán la letra pequeña y la documentación poco comprensible.

16. La educación financiera proporcionada por las instituciones financieras debería ser evaluada regularmente para asegurar que satisface las necesidades de los consumidores. Esto puede lograrse mediante la colaboración con organismos asesores independientes y sin ánimo de lucro que puedan tener una mayor relación con los consumidores, en particular con los que se encuentran en situación de desventaja al participar en los mercados financieros.

17. Se fomentará que las instituciones financieras formen a su personal para la educación financiera y desarrollen códigos de conducta para proporcionar consejos generales sobre inversiones y préstamos, no vinculados con la venta de un producto específico.

C. Educación financiera para la jubilación

18. Se promoverá que las instituciones financieras proporcionen a los individuos con planes privados de pensiones información financiera adecuada y la formación necesaria para que puedan gestionar sus futuros ahorros e ingresos durante la jubilación.

19. Por lo que se refiere a los planes profesionales de jubilación (la información y educación correspondientes se proporcionarán de modo consecuente según los distintos planes), la educación financiera, la concienciación de los empleados y las políticas relacionadas deberán ir más allá de la definición de las contribuciones y de las compensaciones.

D. Programas de educación financiera

20. Se promoverá la realización de programas de educación financiera que ayuden a los consumidores a conocer los hechos y a comprender los pros y contras, así como los riesgos de los diferentes tipos de

productos y servicios financieros. Se promoverá una mayor investigación sobre economía del comportamiento.

21. Se promoverá el desarrollo de metodologías para valorar los actuales programas de educación financiera. Debería considerarse el reconocimiento oficial de aquellos programas que cumplan los criterios pertinentes.

22. Se promoverán los programas de educación financiera que desarrollen directrices sobre el contenido de los estudios y sobre el nivel de cumplimiento para cada programa y para cada subgrupo de población.

23. Con el fin de conseguir una mayor exposición y cobertura, se promoverá el uso de todos los medios de comunicación disponibles para la divulgación de mensajes educativos.

24. Con el fin de tener en cuenta la distinta formación de los inversores/consumidores, se promoverá la educación financiera que establezca diferentes programas para subgrupos específicos (por ejemplo jóvenes, personas con bajo nivel de formación o grupos en situación de inferioridad). La educación financiera deberá estar relacionada con las circunstancias individuales, a través de seminarios de educación financiera y programas de consejo financiero personalizado.

25. Para aquellos programas que planteen el uso de aulas, deberá promoverse la adecuada educación y competencia de los educadores. A estos efectos, se favorecerá el desarrollo de programas de “formación de formadores” y el suministro de material y herramientas con información específica a estos formadores.

Anexo B - Principios básicos para unos planes de educación financiera de alta calidad. Comisión Europea.

Basándose en su descripción de los planes de educación financiera que ya se aplican en la Unión Europea, la Comisión considera que es conveniente definir algunos principios a lanzar y gestionar programas de educación financiera:

Principio 1: La educación financiera tiene que promocionarse activamente y debe estar disponible en todas las etapas de la vida de manera continua.

La educación financiera tiene que estar disponible para hacer frente a los problemas financieros que entrañan acontecimientos reales de la vida de los ciudadanos, desde los que afectan a los jóvenes a los que interesan a los jubilados. Los programas han de ser adaptables a la situación financiera de los ciudadanos y a su nivel de comprensión de las cuestiones financieras.

Principio 2: Los programas de educación financiera tienen que orientarse cuidadosamente de manera que satisfagan las necesidades concretas de los ciudadanos. A fin de conseguir este objetivo, deben realizarse investigaciones ex ante sobre el actual nivel de conciencia financiera de los ciudadanos, para

detectar qué problemas en particular tienen que abordarse. Además, los programas tienen que ser fácilmente accesibles y ponerse a disposición de los interesados en el momento oportuno.

La educación financiera debe satisfacer una necesidad concreta: para los que empiezan a trabajar, los parados, los que piensan fundar una familia, los adultos jóvenes, los endeudados, etc. Es importante asegurar que el programa se dé de manera comprensible y en un formato que pueda facilitar la consulta o el acceso del usuario cuando lo necesite. Los empresarios deben estudiar de qué manera podría impartirse una educación financiera en el puesto de trabajo, posiblemente en conjunción con información sobre planes de pensiones profesionales.

Principio 3: Los consumidores deben recibir educación sobre asuntos financieros y económicos lo antes posible, empezando en la escuela. Las autoridades nacionales deben estudiar la posibilidad de que la educación financiera forme parte obligatoriamente de los planes de estudios.

Es esencial que los jóvenes adquieran los conocimientos financieros y económicos básicos en la enseñanza primaria y secundaria. La Comisión ha hecho pública una Recomendación sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente (2006/962/EC) que apoya el desarrollo de competencias, como la capacidad de aplicar el pensamiento matemático a las situaciones de la vida cotidiana, la comprensión amplia del funcionamiento de la economía y la capacidad de planificar y gestionar la propia vida. En este contexto, las autoridades educativas nacionales y regionales deben estudiar de qué manera podría incluirse la educación financiera y económica en los planes de estudios.

Principio 4: Los planes de educación financiera deben incluir instrumentos generales de sensibilización respecto a la necesidad de mejorar la comprensión de los problemas y riesgos financieros.

Los consumidores no siempre son conscientes de su falta de comprensión de los problemas y riesgos financieros, lo cual es el primer paso para estar abierto a la educación sobre estas cuestiones. Las herramientas como los cuestionarios de auto-evaluación y las campañas publicitarias sobre conocimientos financieros pueden contribuir a esta concienciación.

Principio 5: La educación financiera que imparten los prestadores de servicios financieros debe aportarse de manera equitativa, transparente e imparcial. Hay que poner cuidado en que esta educación esté siempre al servicio de los intereses de los consumidores.

Previa consulta a los consumidores o a los representantes de los inversores, debe alentarse al sector de los servicios financieros a lanzar iniciativas para contribuir al desarrollo de la educación financiera y a poner sus conocimientos a disposición del público. Sin embargo, al impartir educación financiera al público, el sector tiene que garantizar que se haga una distinción clara entre educación financiera general, información respecto a productos concretos y asesoramiento a un cliente determinado respecto a un producto o servicio en particular. Asimismo, debe ponerse especial cuidado en la forma en que se anuncian los materiales para educación financiera, a fin de disipar cualquier preocupación respecto a la posibilidad de que estas distinciones queden difuminadas.

Principio 6: Los formadores en este campo han de contar con la formación y los recursos adecuados para dar cursos de educación financiera de manera fructífera y con confianza.

Una cuestión clave para el éxito de la educación financiera es capacitar a los que imparten los cursos: «formar a los formadores», lo cual no sólo se aplica a los enseñantes, sino también a los asistentes sociales, los empleados de banca, los voluntarios y otras personas que tratan con los clientes y que tienen que dar una formación de la manera más útil para su público. Para ello, habrá que preparar materiales y programas de formación fácilmente utilizables.

Principio 7: Debe promocionarse la coordinación nacional entre los interesados a fin de conseguir una definición clara de funciones, facilitar el intercambio de experiencias y racionalizar y priorizar recursos. La cooperación internacional entre los prestadores de servicios de educación financiera tiene que fortalecerse para facilitar el intercambio de los mejores prácticas.

Hay que alentar a las autoridades nacionales, los prestadores de servicios financieros, las asociaciones de consumidores, los educadores y otros interesados a cooperar en las tareas de educación financiera, lo cual permitiría definir unos objetivos más simples, obtener una mayor cobertura de los diferentes grupos de destinatarios, racionalizar y priorizar recursos, y mejorar el aprendizaje a partir de la experiencia. De la misma manera, a nivel internacional, la cooperación y la creación de redes entre los que trabajan en este campo podría poner de manifiesto a qué aspectos conviene prestar más atención, y facilitar el intercambio de las mejores prácticas.

Principio 8: Los prestadores de servicios de educación financiera tienen que evaluar regularmente y, en su caso, actualizar los planes que gestionan, para adecuarlos a las mejores prácticas en este campo.

Los prestadores de servicios de educación financiera deben incorporar a sus programas un elemento de evaluación regular de los progresos alcanzados y comprobar si se alcanzan los objetivos previstos. En caso de que no sea así, deben estudiar posibles modificaciones del programa para adecuarlo a los niveles conseguidos por los organismos más reputados. La Comisión invita a las administraciones nacionales, los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores y otros interesados a preparar estrategias nacionales de educación financiera con programas de educación financiera adecuados que respeten los principios anteriormente enunciados.

Anexo C - Preguntas del estudio de mercado

Objetivo: *Conocer que tan cerca del borde de desastre (económico) viven nuestros clientes.*

1. En meses normales, ¿con qué frecuencia puede cubrir sus gastos y pagar todas sus cuentas?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. De vez en cuando
- d. Casi nunca
- e. Nunca

2. ¿Qué hace cuando no le queda suficiente dinero para cubrir sus gastos al fin de mes? Responda a la frase que más se aproxime a su caso (LEE TODAS LAS OPCIONES, PUEDE HABER MAS DE UNA RESPUESTA):

- a. Corta sus gastos
- b. Pide prestado dinero de familiares o amigos
- c. Gasta sus ahorros
- d. Utiliza su tarjeta de crédito
- e. Saca dinero de su negocio
- f. Otro _____
- g. Sin respuesta

3. ¿Por qué razón, generalmente, el dinero le queda corto al final del mes?

- a. Emergencias médicas
- b. Las ventas de su negocio bajaron
- c. Un robo
- d. Problemas personales
- e. Otro _____
- f. Sin respuesta

4. ¿Con qué frecuencia ha tenido que pedir prestado dinero para pagar otras deudas en el último año?

- a. Muy seguido
- b. De vez en cuando
- c. Casi nunca
- d. Nunca

Objetivo: Establecer si nuestros clientes están planificando para el futuro y tomando acciones para mitigar los riesgos que existen en sus vidas. Entender las barreras para la planificación.

5. ¿Cuántas veces durante el último año ha tenido dinero que le sobra al final del mes?

- a. Cada mes
- b. De vez en cuando
- c. Casi nunca
- d. Nunca

6. ¿Cuándo le ha sobrado dinero al fin del mes, que ha hecho con ese dinero?

- a. Compró algo para su casa
- b. Mantuvo el dinero en efectivo
- c. Depositó el dinero en una cuenta de ahorros o una cuenta corriente en el banco
- d. Prestó el dinero a un familiar o amigo
- e. Invertió el dinero en su negocio
- f. Otro _____
- g. Sin respuesta

7. ¿Usted ahorra de manera periódica y consistente?

- a. Si
- b. No

8. Si la respuesta es sí, ¿para qué ahorra usted?

- a. Emergencias
- b. Su negocio
- c. La educación de sus hijos
- d. Su jubilación
- e. Otro _____

9. ¿En dónde tiene sus ahorros? (Pasa a la siguiente pregunta si no tiene ahorros)

- a. Un banco
- b. Una cooperativa
- c. Bajo el colchón
- d. Otro _____

10. ¿Por qué eligió tener sus ahorros allí? (SALTA SI NO TIENE AHORROS)

- a. Confianza
- b. Seguridad
- c. Me dan crédito
- d. Otro _____

11. ¿Qué tipos de seguros tiene usted? (PUEDE HABER MAS DE UNA RESPUESTA)

- a. Seguro de vida
- b. Seguro hospitalario
- c. Seguro médico
- d. Seguro de auto
- e. Seguro de daños externos (incendio, inundación, tornado)
- f. Otro _____

12. ¿Ha utilizado uno de sus seguros en alguna ocasión?

- a. Si
- b. No

13. ¿Cuáles acciones está tomando para preparar para su jubilación?

- a. Empezar a ahorrar
- b. Afiliar con el IESS
- c. Crecer su negocio
- d. Construir o comprar bienes raíces para alquilar
- e. Nada
- f. Otro _____

Objetivo: Establecer hábitos de uso de productos financieros entre nuestros clientes y potenciales barreras de acceso a los mismos.

14. Si usted utiliza un servicio financiero, mencione en base a qué escogió el servicio(s).

- a. La reputación de la entidad financiera
- b. El servicio que brinda la entidad financiera
- c. El costo
- d. Los beneficios que ofrece el producto
- e. Fácil acceso
- f. Otro _____

15. Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha pedido prestado dinero con un fuente alternativo?

- a. Familiar/amigo
- b. Chulquero
- c. ONG
- d. Cooperativa
- e. Casa de empeño
- f. Ninguno

16. Si la respuesta es sí, ¿por qué sacó dinero allí?

- a. Fácil acceso
- b. Rapidez
- c. Costo
- d. Confianza
- e. Otro _____

17. Según su criterio, ¿cuándo se debe utilizar crédito?

- a. Para hacer una inversión a largo plazo
- b. Para salir de apuros
- c. Para tomar unas vacaciones
- d. Para pagar la alimentación de su familia
- e. Otro _____

18. Según su criterio, ¿cómo puede mejorar su historial de crédito?

- a. Sacando una tarjeta de crédito
- b. Pagando sus cuentas a tiempo
- c. Sacando préstamos con varias instituciones

19. ¿Cómo maneja su tarjeta de crédito, si tuviese una?:

- a. Siempre cancela todo lo que debe al fin de mes
- b. Algunas veces no ha cancelado todo lo que debe y le cobraron intereses
- c. Algunas veces sólo paga el monto mínimo

- d. Algunas veces le han cobrado una multa por pagar tarde
- e. No tiene

20. Para usted, ¿qué es la central de riesgos?

21. ¿Usted sabe dónde queda registrado su historial crediticio?

- a. Si
- b. No

Objetivo: *Determinar si nuestros clientes tienen el conocimiento básico que necesitan para tomar buenas decisiones en el manejo de su dinero.*

22. ¿Lleva un registro de sus ingresos, sus gastos y deudas? Elija la frase más exacta:

- a. Si, mantiene un registro de todo, ingresa todos los ingresos y gastos en un registro.
- b. Si, mantiene un registro, pero no ingresa todos los ingresos ni gastos
- c. No, no mantiene un registro de todo, pero sabe más o menos cuánto dinero recibe y gasta cada mes.
- d. No, no mantiene un registro de los ingresos y gastos y no sabe cuánto recibe ni gasta cada mes.
- e. Es difícil de contestar esta pregunta.

Objetivo: *Entender cuál podría ser el método y canal más apropiado para poder establecer un programa de educación financiera.*

23. El Banco XXX está pensando en lanzar un programa educativo sobre el manejo de dinero para nuestros clientes. Cómo preferiría recibir este tipo de información (PUEDE HABER MAS DE UNA RESPUESTA):

- a. Talleres
- b. Folletos/Revistas
- c. La radio
- d. Mensajes de texto
- e. Televisión
- f. Internet

Anexo D – Características de la muestra del Banco Privado

ESCOLARIDAD

Nivel escolar	#	%
<NINGUNO>	39	1%
OTROS	79	3%
PRIMARIA	1364	51%
SECUNDARIA	1014	38%
TECNICA	4	0%
UNIVERSITARIA	101	4%
#N/A	98	4%
TOTAL	2699	100%

SUCURSAL

Región	#	%
AUSTRO	132	5%
GUAYAS	645	24%
MANABI	192	7%
PICHINCHA	460	17%
REGION NORTE	304	11%
SIERRA CENTRO	607	22%
STO. DOMINGO y ESMERALDAS	260	10%
#N/A	99	4%
Total general	2699	100%

RANGO DE EDADES

Edad	#	%
21 - 30	364	13%
31 - 40	678	25%
41 - 50	767	28%
51 - 60	598	22%
61 - 70	176	7%
más de 71	18	1%
(en blanco)	98	4%
TOTAL	2699	100%

CARGAS FAMILIARES

Número de hijos	#	%
Ningún hijo	658	24%
1 hijo	668	25%
2 hijos	687	25%
3 hijos	408	15%
4 hijos	131	5%
5 hijos	36	1%
6 hijos	10	0%
7 hijos	2	0%
8 hijos	1	0%
#N/A	98	4%
TOTAL	2699	100%

GÉNERO

Sexo	#	%
F	1407	52%
M	1193	44%
#N/A	99	4%
TOTAL	2699	100%

URBANO / RURAL

Zona	#	%
RURAL	716	27%
URBANO	1884	70%
#N/A	99	4%
Total general	2699	100%